

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА  
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра прикладної соціології  
та соціальних комунікацій**

**Пояснювальна записка  
до магістерської роботи  
на тему  
«ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ: РОЛЬ  
ІНТЕРНЕТ КОМУНІКАЦІЙ»**

Виконав: студент 2 курсу групи СЦ-63  
другого (магістерського) рівня освіти  
спеціальності 054 – Соціологія  
Жук Микита Ігорович  
Керівник: Солдатенко І. О., завідувачка  
кафедри прикладної соціології та  
соціальних комунікацій

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІВ УМОВАХ ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА. ....	5
1.1. Сутність ідентичності в цифрову епоху.....	5
1.2. Психологічні механізми формування ідентичності в інтернет-середовищі.....	21
1.3. Віртуальна ідентичність: поняття, особливості та відмінності від реальної ідентичності.....	28
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1. ....	36
РОЗДІЛ 2. МЕДІА-СЕРЕДОВИЩА ТА ЇХ ВПЛИВ НА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА МОДЕЛІ.....	39
2.1. Концепція «віртуальних спільнот» та їх роль у формуванні ідентичності .....	39
2.2. Соціальні мережі як платформи ідентифікації.....	43
2.3 Теорія соціального капіталу в контексті онлайн-ідентичності .....	48
2.4. Медіа-грамотність та критичне мислення у формуванні віртуальної ідентичності	59
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2. ....	63
РОЗДІЛ 3. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ: МЕТОДИ, РЕЗУЛЬТАТИ, РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	66
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3. ....	88
ВИСНОВКИ.....	90
ЛІТЕРАТУРА .....	93
ДОДАТКИ.....	96

## Вступ

У сучасному світі цифрові технології стали невід'ємною частиною людського життя, суттєво змінюючи його різні аспекти. Зокрема, інтернет-середовище та соціальні мережі стали основними платформами для комунікації, навчання, самовираження та професійного розвитку. У цьому контексті формування ідентичності — процес, що раніше базувався переважно на соціальних взаємодіях у реальному світі, — нині значною мірою зміщується у цифрову площину. Віртуальний простір не лише надає нові можливості для самоідентифікації, але й ставить перед особистістю нові виклики, зокрема щодо узгодження цифрової та реальної ідентичностей.

Наше суспільство переживає епоху стрімкої цифровізації, яка змінює базові підходи до взаємодії між людьми, самовираження та визначення особистих цінностей. Цифрове середовище, зокрема соціальні мережі та онлайн-платформи, стало новим простором для формування ідентичності, що є динамічним і багатовимірним процесом. У цьому контексті важливим є розуміння того, як особистість адаптується до умов цифрового суспільства, зберігаючи або трансформуючи традиційні риси ідентичності під впливом нових технологій.

Унікальність сучасного цифрового середовища полягає у його гнучкості, інтерактивності та здатності пропонувати користувачам можливості для самопрезентації, пошуку спільнот за інтересами та формування професійних зв'язків. Однак разом із позитивними аспектами цифровізація породжує численні виклики, такі як надмірна соціальна порівняльність, інформаційне перенасичення, проблеми самореалізації та психологічного благополуччя.

Особливо актуальним це питання є для молодого покоління, яке перебуває на етапі активного формування свого "я" та вибудови життєвих орієнтирів. Студенти віком 18–25 років, які активно використовують цифрові технології для навчання, самопрезентації та професійного розвитку, стають ключовою аудиторією для вивчення впливу інтернет-комунікацій на ідентичність.

Сприйняття себе через соціальні мережі, віртуальні спільноти та цифрові платформи формує не лише їхню індивідуальність, а й кар'єрні установки, соціальні ролі та систему цінностей.

Дослідження, представлене у цій роботі, спрямоване на аналіз трансформацій, що відбуваються у процесі формування ідентичності під впливом цифрових медіа, а також на визначення ключових механізмів та наслідків цього процесу для молоді. Науковий інтерес зумовлений необхідністю розуміння того, як віртуальний простір формує особистість у сучасному суспільстві, які можливості відкриває перед нею та які загрози несе.

У цьому дослідженні особливу увагу приділено взаємодії між віртуальною і реальною ідентичностями, аналізу соціальних механізмів, які формують особистість у цифровому просторі, а також ролі нових технологій у професійному самовизначенні молоді. Зрозуміти ці процеси важливо не лише з академічної точки зору, а й для розробки стратегій ефективного використання цифрового середовища, що сприяє гармонійному розвитку індивідуума.

Результати дослідження стануть важливим внеском у розуміння того, як цифрові технології формують сучасну особистість, створюючи нові можливості та визначаючи нові виклики для молодих людей, які знаходяться у вирішальному етапі свого життя. Об'єктом дослідження є процес формування ідентичності у цифровому середовищі, зокрема під впливом інтернет-комунікацій, соціальних мереж та цифрових платформ. Предмет - вплив цифрових технологій на психологічні, соціальні та професійні аспекти формування ідентичності особистості, зокрема молоді, в контексті використання цифрових платформ, соціальних мереж і цифрового самовираження.

# Розділ 1 - Теоретичні аспекти формування ідентичності в умовах цифрового суспільства

## 1.1 Сутність ідентичності в цифрову епоху

Аналіз особливості динаміки ідентичності у світлі сучасних тенденцій в цифрову епоху. Серед факторів, що сприяють трансформації особистої та колективної ідентичності, дослідники, зокрема, виділяють гіперінформатизацію суспільства, що виникає внаслідок бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційної сфери та проявляється у вигляді постійно зростаючого масиву як джерела інформації, так і різноманітні за характером і змістом інформаційні повідомлення. У цих умовах значною мірою втрачається системність і чіткість сприйняття суб'єктом навколишньої дійсності. Ще однією причиною трансформації ідентичності є дедалі активніше залучення людей до Інтернет-середовища, зокрема соціальних мереж, що значно збільшує можливість добровільного вибору конструювання власної ідентичності. Розгляд проблеми співвідношення віртуального образу «Я» та ідентичності особистості в реальному житті, визначаються характеристики нових віртуальних «ми-ідентичностей», самовизначення в межах яких сприяє задоволенню ряду нагальних потреби людини. Досліджуючи цю тему виникає розуміння, що людина цифрової епохи повинна бути адаптована до існування у світі, в якому особиста самоідентифікація стане вкрай важкою, а багато звичних форматів колективної ідентичності практично зникнуть. [12]

Етап інформаційної революції, яку часто називають цифровою, суттєво змінив образ і трансформував багато сфер та інститутів сучасного суспільства. Кастельс (1996) визначив це як мережу; дослідники також обговорюють формування електронної (Баєва, 2013) та віртуальної комунікативної культури (Глухов, 2019), цифрової праці та цифрового капіталізму (Фукс, 2018). Використання сучасних інформаційних технологій породжує нові форми взаємодії держави та суспільства. Логіка масштабних технологічних і соціокультурних змін останніх

десятиліть зумовлює також формування нових уявлень щодо сутності людини, особливостей взаємодії людини з навколишнім світом, механізмів соціалізації та соціальної інтеграції. Серед категорій, які зазнають очевидної трансформації під впливом тенденцій діджиталізації, є й «ідентичність».

Сучасна наука виділяє такі види ідентичності, як особистісна («Я-ідентичність») і колективна («ми-ідентичність»). Більше того, особистий може включати як індивідуально-специфічний режим ідентичності, який позначає набір унікальних рис-особливостей, якими володіє даний суб'єкт (або, як вважається, що володіє), так і соціальний режим, у якому індивід визначає себе як елемент певне колективне ціле. Якщо у свідомості багатьох індивідів існує уявлення про спільну причетність до певної соціокультурної, політичної чи іншої цілісності, можна говорити про існування колективної «Ми-ідентичності» (наприклад, нації, класу, релігійної спільноти).

Деякі актуальні підходи в соціогуманітарному пізнанні вже сприяли радикальній зміні поглядів на це явище. Так, у рамках конструктивістсько-інструменталістського дискурсу, який трактує ідентичність у категоріях проєктивності та фрагментарності, стверджується, що це явище не має субстанційного підґрунтя (або його значення є вторинним), є вигадане, створений тими, хто зацікавлений у результатах цього процесу. Для постмодернізму також цілком природним є розгляд ідентичності не як сутності, зумовленої ззовні, а як результат вільного творення її носія (-ів). Тенденції та виклики цифрової ери, про які йдеться нижче, значною мірою зміцнюють такі уявлення про феномен ідентичності.

Одним із трендів-викликів цифрової ери, які мають очевидний вплив на трансформацію ідентичності, є гіперінформатизація, яка є наслідком бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційної сфери та проявляється у формі постійно зростаючого масиву джерел інформації, виробництва та передачі інформації, а також повідомлень різного характеру та змісту (Коломієць, 2017, с. 3). У нескінченному потоці новин, повідомлень, смислів, що розмивають системне

відображення суб'єктом навколишньої дійсності, індивіду стає дедалі важче залишатися прихильним до будь-якої стійкої ідентифікаційної матриці – особистої та колективної. Ідентичність все більше набуває постмодерністських рис фрагментарності та мінливості.

З першою частково пов'язана ще одна особливість цифрової епохи, яка цікавить у контексті означеної проблеми: це дедалі активніше залучення людей до Інтернет-середовища, зокрема соціальних мереж. Віртуальна реальність, встановлюючи власні критерії та правила взаємодії всередині та поза собою, значно розширює можливості індивіда чи групи робити добровільний вибір та конструювати власну ідентичність, експериментувати з її змістом. Виникає ситуація, коли «кожен учасник мережевих комунікацій може інтегрувати одночасно багато варіантів онлайн і офлайн самоідентифікацій, набір яких постійно змінюється» (Шипулін, 2020, с. 4).

Надлишок інформації, властивий в епосі цифрових технологій, призводить до багатьох когнітивних, психологічних і соціальних наслідків. За словами Труфанової (2019), постійно зростаючий обсяг ресурсів для виробництва, передачі та прийому інформаційних повідомлень різного характеру та полегшення доступу до різноманітних джерел сприяє засміченню когнітивних можливостей особистості, людина дедалі більше розгублюється перед лавиною, що обрушилася на людську свідомість. Відбувається деградація ресурсів пам'яті через явну втрату потреби щось запам'ятовувати, оскільки передбачається, що будь-яка необхідна інформація може бути напевно отримана в потрібний момент (Труфанова, 2019, с. 15). Інформаційний надлишок також сприяє до того, що зникає гнучкість мислення; утруднюється або повністю втрачається можливість перевірки отриманих повідомлень і відмінностей між ними, стає важко відрізнити повідомлення, що відображають реальність у своєму змісті, від спотворюючих її з маніпулятивною метою; проблема істини та вироблення адекватних їй критеріїв набуває нового змісту в епоху цифрових технологій.

Описана ситуація, яка призводить до рандомізації картини навколишнього світу у свідомості індивіда, також означає, що суттєво утруднена соціальна ідентифікація суб'єкта, орієнтована на відповідність індивідуального «Я» якійсь зовнішній моделі. Кілька десятиліть тому Е. Тоффлер стверджував, що в масовому суспільстві періоду модерну, що характеризується стабільністю інформаційного середовища, перед людиною не так гостро стоїть проблема ідентичності... через те, що «індивіди постійно співвідносили себе з незначним набором моделей для наслідування та оцінювали свій спосіб життя, порівнюючи його з кількома переважними варіантами» (Тоффлер, 1999, с. 614). Сьогодні, в епоху постмодерну, людина опиняється віч-на-віч з нескінченною кількістю медіа-дискурсів, які змагаються за її увагу, кожен з яких представляє або просуває систему переконань певної особистості, групи, спільноти та пропонує модель для самоідентифікація особистості (Sparkes-Vian, 2019).

За цих умов ідентичність стає менш стабільною і зовнішньо детермінованою величиною, дедалі виразніше формується залежно від довільного вибору її власника. Можна знайти певну аналогію між тим, як особистісна ідентичність трансформується під час переходу від старої інформаційної реальності до нової, з тим, як, на думку теоретиків соціального конструкціонізму Бергера та Лукмана (1995), змінюється специфіка самоідентифікації особистості. у процесі первинної та вторинної соціалізації. Під час початкової соціалізації, яку індивід проходить у дитинстві, дитина не має можливості вибору «значущих інших» – зразків для наслідування (це, перш за все, батьки). Тому ідентифікація дитини з ними виявляється само собою зрозумілою, так само як для людини в індустріальному суспільстві соціальний статус найчастіше є аскриптивним, через існування людини в недостатньо різноманітному інформаційно-комунікаційному середовищі (про що говорилося вище). . Вторинна соціалізація передбачає значну різноманітність «значущих інших» і зразків для наслідування, цінності та практики яких можна інтерналізувати в результаті вибору їх як зразків для самоідентифікації (Berger & Lukman, 1995, стор. 212-232). Зазначається, що

«зміст, який набувається в процесі вторинної соціалізації, наділений якістю набагато меншої суб'єктивної неминучості, ніж зміст первинної соціалізації» (Berger & Lukman, 1995, p. 232). Ми спостерігаємо подібну ситуацію щодо цифрової реальності наших днів: ідентифікаційні образи, легкодоступні пересічному непрофесіоналу та транслювані через ЗМІ та інші інформаційні ресурси, не обов'язково сприймаються, серйозно та назавжди інтерналізовані, динаміка перенасиченої інформаційної реальності сприяє легкості зміни моделі для наслідування.

Якщо особиста ідентичність, яка під впливом мегаінформатизації набуває рис відносності та мінливості, все ж зберігається як атрибут людини цифрової доби, то існування колективної ідентичності в її есенціалістському розумінні викликає сумнів. Як уже зазначалося, для того, щоб можна було визнати реальність «ми-ідентичності» – національної, класової, ідеологічної, релігійної тощо – необхідно, щоб у колективній свідомості великої соціальної групи були схожі культурні, ментальні, соціальні -психологічні установки зберігаються і підтримуються, створюючи почуття приналежності до єдиної спільноти. Збереження таких установок стає дуже проблематичним в умовах сучасного інформаційного плюралізму, перманентної трансформації зовнішнього вигляду навколишньої реальності і, як наслідок, семантичного релятивізму, який розмиває збережені в колективній пам'яті історичні традиції та уявлення про сакральне. [4]

Розглянуті трансформації феномену ідентичності стають ще більш очевидними в умовах дедалі більшого занурення особистості в Інтернет-реальність, а особливо в соціальні мережі. Це породжує багато нових проблем. Якщо у світі повсякденного життя особиста ідентичність, хоча вона часто має проективно-спроектовану сутність, що включає елементи різних типів характеру, не існує ізольовано від конкретної людини з індивідуальними фізичними та соціальними параметрами, віртуальні Інтернет-ідентичності, які є іноді виключно продукт фантазії їх власника, можуть існувати абсолютно без будь-якого зв'язку з такими реальними фізіологічними та соціальними характеристиками індивіда, як вік,

стать, національність, місце проживання та ін. Часто причиною появи віртуального зображення в аватарці прихована незадоволеність індивіда своїм особистим становищем у світі, в якому цей індивід народився, виріс і соціалізувався, прагнення знайти нові, недоступні в звичайному житті шляхи самоусвідомлення і подання себе іншим. Крім того, спілкування з іншими віртуальними суб'єктами мережевого онлайн-простору, особливо якщо воно відбувається анонімно, дозволяє не відчувати втручання з боку вроджених чи набутих комплексів, представляти себе іншим носієм якостей, яких насправді немає, дозволяє вираження почуттів, які у повсякденному житті здаються недоречними (Буянова та ін., 2017, с. 209). Можна припустити, що деякі люди воліли б, якщо така можливість є, взагалі не повертатися в офлайн-реальність, остаточно злившись зі своїм фіктивним віртуальним образом.

Проте можна відзначити іншу тенденцію розвитку Інтернет-комунікацій, пов'язану з рухом до відмови від їх анонімності. Дійсно, включення як користувача в ту чи іншу мережеву спільноту сьогодні часто означає для індивіда необхідність надання не вигаданої, а реальної особистої інформації, що наближає віртуальну ідентичність до реальної, дозволяє розглядати Інтернет-імідж як функцію справжнього фізичного та соціального «Я», створене для більш ефективного вирішення освітніх, комунікативних, професійних завдань, актуальних для існування поза мережею. Перебування в онлайн-середовищі в цьому випадку вже не з метою втечі від повсякденної реальності, а є можливістю збільшити обсяг соціального та людського капіталу в ньому (Reutov & Trishina, 2015). Зазначається, що існує умовна «соціалізація» Інтернету як «процес, протилежний процесу віртуалізації суспільства. ... Якщо в ході віртуалізації взаємодія з реальними соціальними інстанціями замінюється анонімним оперуванням віртуальними образами, то в ході соціалізації віртуальні образи оточуються реальними, «живими», персоналізованими соціальними зв'язками» (Тихонова, 2016, стор.148). [6]

У ситуації, коли перевірені методи формування та підтримки колективної ідентичності стають менш ефективними (наприклад, роль державних ЗМІ стає не такою, як раніше), стає можливим формування нових форматів в Інтернет-просторі. Специфіка локалізованих там віртуальних груп і спільнот - відсутність фіксованого терміну існування та постійного членства, допустимість невідповідності заявленого персонального статусу учасників групи реальному, можливість одночасного членства під різним статусом у кількох спільнотах одночасно. час – сприяють наданню описового характеру та гнучкості новим варіантам колективної ідентичності, що виникають на їх основі.

Часто колективна самоідентифікація у віртуальному просторі відбувається через те, що вона сприяє кращій реалізації актуальних людських потреб: у спілкуванні, політичній діяльності, реалізації спільних проєктів на благо інших. Діяльність онлайн-спільнот здатна дати поштовх офлайн-громадянським ініціативам (Masías et al., 2018; Tanova et al., 2017), вона вже стала фактором, який значною мірою визначає зміст реального суспільно-політичного життя.

Трансформація традиційного розуміння ідентичності в умовах цифрової епохи є важливим аспектом сучасних соціальних досліджень. У традиційних суспільствах ідентичність особистості була переважно статичною та формувалася на основі факторів, пов'язаних з культурою, сім'єю, соціальними нормами та географічним контекстом. Ці характеристики, такі як національність, релігія, родина і місце народження, були базовими маркерами особистості і визначали те, ким людина є у світі. Людина часто мала стабільну ідентичність, яка змінювалася повільно, залежно від соціальних чи культурних змін.

Однак, із розвитком цифрових технологій і появою інтернету, це традиційне розуміння ідентичності зазнало кардинальних змін. Інтернет створив нові можливості для самовираження, дозволяючи людям будувати та реконструювати власну ідентичність у різних віртуальних просторах. У цих умовах ідентичність стала більш "плинною" і багатовимірною, оскільки особистість може

презентувати різні версії себе залежно від контексту, у якому взаємодіє. Наприклад, у соціальних мережах, таких як Facebook або Instagram, користувачі можуть формувати віртуальну ідентичність, що може суттєво відрізнятися від їхньої реальної ідентичності у фізичному світі. [20]

Одним із ключових факторів цієї трансформації є можливість багаторазового самовираження через різні цифрові платформи. У реальному житті людина, як правило, не мала такої можливості адаптувати чи змінювати свою ідентичність у різних контекстах. Проте в онлайн-середовищі одна й та ж особа може бути частиною різних віртуальних спільнот, використовуючи при цьому різні аватари або персональні профілі. Це веде до того, що ідентичність стає фрагментованою, а користувач одночасно є учасником різних "ідентичностей", які залежать від конкретного цифрового простору або контексту взаємодії.

Соціальні медіа також посилюють цю тенденцію, надаючи інструменти для конструювання ідентичності на основі візуального контенту, текстуальних взаємодій та інших форм самопрезентації. Такі платформи, як Instagram, дозволяють користувачам створювати особисті бренди, активно контролюючи те, яким чином вони виглядають перед різними аудиторіями. Це створює так звану "мережеву ідентичність", яка є динамічною та адаптивною. [32]

Важливим аспектом також є постійний процес переосмислення себе в цифровому середовищі. Оскільки цифрові технології надають безперервний доступ до взаємодії та комунікацій, люди постійно переглядають і коригують свою ідентичність у відповідь на нові виклики та зміни у віртуальних просторах. Це робить ідентичність динамічною системою, яка постійно розвивається у відповідь на зміни в соціальних, культурних і технологічних контекстах.

Таким чином, цифрова епоха докорінно змінила наше уявлення про ідентичність, надаючи нові способи самовираження, які розмивають кордони між традиційними та віртуальними аспектами особистості. Ця трансформація є

важливим явищем, яке варто досліджувати, враховуючи вплив цифрових технологій на сучасне суспільство.

Трансформація традиційного розуміння ідентичності в умовах цифрової епохи є складним і багатогранним процесом, який відображає глибокі соціальні та технологічні зміни. В основі традиційної концепції ідентичності лежать стабільні характеристики, такі як культура, родина, релігія та географія, що визначають те, ким є особистість у конкретному соціокультурному контексті. У традиційних суспільствах ці чинники виступали основними для формування ідентичності, яка розвивалася в межах одного культурного простору та залишалася відносно стабільною протягом життя.

Проте в цифрову епоху традиційне розуміння ідентичності почало змінюватися під впливом нових технологій та можливостей, які надає інтернет і соціальні медіа. Одним із ключових факторів, що впливають на трансформацію ідентичності, є здатність індивіда створювати та модифікувати своє самопредставлення у різних контекстах і на різних платформах. Якщо раніше ідентичність формувалася через особистий досвід та соціальну взаємодію у фізичному середовищі, то в сучасному світі вона все більше залежить від віртуальних спільнот та цифрових інструментів для самовираження.

### *Мультидименціональність ідентичності в цифровому просторі*

Мультидименціональність — це концепція, яка вказує на багатовимірну природу чогось. В контексті ідентичності, мультидименціональність означає, що особистість складається з багатьох різних аспектів і ролей, які можуть проявлятися в різних ситуаціях чи контекстах. Наприклад, одна і та ж людина може бути одночасно працівником, другом, членом сім'ї, користувачем соціальних мереж та учасником онлайн-спільнот, і в кожній з цих ролей може демонструвати різні аспекти своєї ідентичності.

У цифрову епоху ця багатовимірність стає особливо помітною через можливість взаємодії в різних онлайн-середовищах. Користувачі можуть мати кілька різних профілів або акаунтів на різних платформах, кожен з яких відображає певну грань їхнього «Я». Це створює своєрідну фрагментацію, коли особистість не є монолітною, а постійно адаптується та змінюється залежно від контексту.

Таким чином, мультидименсійність ідентичності в цифровому просторі передбачає можливість одночасного існування різних варіантів самопрезентації, кожен з яких відповідає певній аудиторії або ситуації. [21]

Однією з найважливіших особливостей трансформації ідентичності в умовах цифрового середовища є її мультидименсійність. Особистість сьогодні має можливість існувати одночасно в різних віртуальних середовищах і презентувати себе по-різному залежно від контексту. Це створює своєрідну "фрагментацію" ідентичності, коли людина може проявляти різні грані своєї особистості в межах різних соціальних мереж або платформ. Наприклад, користувач може бути професіоналом у LinkedIn, ділитися особистим життям в Instagram, а в Twitter проявляти свої політичні погляди. Кожна з цих платформ пропонує різні інструменти та аудиторії, що впливає на те, як користувач обирає себе презентувати.

Ця багатовимірність також відображається в процесах самопрезентації та самовираження. У фізичному житті можливості змінювати свою ідентичність обмежені соціальними нормами та очікуваннями. У цифровому просторі, навпаки, кожен користувач має свободу вибору в тому, як показати себе іншим. Це може включати вибір аватарів, створення альтернативних профілів або навіть використання анонімності для самовираження у більш відкритий спосіб, ніж це можливо у фізичному світі.

*Роль технологій у створенні нових форм ідентичності*

Інтернет став ключовим чинником, що змінив сам підхід до побудови ідентичності. Раніше цей процес проходив у контексті фізичної взаємодії з соціумом, а тепер значна частина особистих стосунків та соціальних зв'язків виникає та підтримується у віртуальному середовищі. Соціальні мережі, блоги, форуми та інші платформи дозволяють людям вести активне соціальне життя, не виходячи за межі цифрового простору. Це значно спрощує створення нових контактів і віртуальних спільнот, в яких люди можуть реалізовувати себе, знаходити підтримку та отримувати зворотний зв'язок щодо власної ідентичності.

Також важливу роль відіграють алгоритми, що стоять за багатьма соціальними платформами. Вони впливають на те, як людина бачить себе та інших. Наприклад, у соціальних мережах алгоритми допомагають формувати особисті стрічки новин, показуючи контент, що відповідає уподобанням користувача. Це підсилює ефект так званих "інформаційних бульбашок", в яких люди взаємодіють лише з контентом і користувачами, що підтримують їхні власні переконання та погляди, що також формує специфічне сприйняття своєї ідентичності. [20]

### *Динамічність і постійна реінтерпретація ідентичності*

Оскільки цифрові платформи дають можливість постійної взаємодії та експериментування з різними образами, ідентичність сьогодні стає не фіксованою, а динамічною категорією. Користувачі постійно переглядають свою ідентичність під впливом нових можливостей і середовищ, з якими вони взаємодіють. Ця постійна реінтерпретація є важливою частиною цифрового життя, оскільки люди мають доступ до широкого кола ресурсів для переосмислення власного "Я". Таким чином, сучасна ідентичність – це не статична одиниця, а безперервний процес. Люди не тільки можуть змінювати свою особисту інформацію або зовнішні характеристики (наприклад, вигляд профілю чи стилю), але й можуть переглядати свої цінності, інтереси, соціальні зв'язки залежно від контексту, в якому вони перебувають.

## *Виклики цифрової ідентичності*

Хоча цифрові платформи надають широкі можливості для самовираження, вони також створюють певні виклики. Однією з головних проблем є складність у підтримці цілісності ідентичності в умовах фрагментації. Оскільки людина може проявляти себе по-різному на різних платформах, це іноді може призвести до конфліктів між різними аспектами її особистості. Наприклад, аватар, який користувач створив для онлайн-ігор, може не відповідати його професійному образу в LinkedIn. Такі дисонанси можуть викликати почуття внутрішньої нестабільності та відчуття роздвоєння особистості. Крім того, цифрова ідентичність значною мірою залежить від технологічних засобів, і це робить її вразливою до технічних проблем або кіберзагроз, таких як хакерство, витік особистих даних тощо. [30]

## *Динамічність та багатогранність цифрової ідентичності*

У цифрову епоху ідентичність стає багатовимірною і динамічною категорією, що характеризується постійною зміною та адаптацією до різних онлайн-платформ і контекстів. У традиційному розумінні ідентичність була відносно стабільною, базуючись на незмінних характеристиках особистості, таких як культура, сім'я, професійні та соціальні ролі. Однак з розвитком цифрового середовища цей підхід змінився, і особистість стала гнучкішою, багатоплановою та динамічною.

## *Динамічність цифрової ідентичності*

Однією з ключових особливостей цифрової ідентичності є її динамічність. У традиційному суспільстві особистість часто була обмежена рамками одного контексту — це міг бути професійний світ, особисті стосунки або громадські обов'язки. Однак у цифрову епоху людина може одночасно існувати в кількох контекстах і мати кілька різних версій себе на різних платформах. У соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram або Twitter, люди часто показують різні

аспекти своєї особистості залежно від аудиторії та власних цілей. Наприклад, професійна мережа LinkedIn акцентує на професійних досягненнях, тоді як Instagram може стати платформою для творчого самовираження або демонстрації особистого життя. [37]

Користувачі можуть постійно змінювати й адаптувати свої "я" залежно від взаємодії з іншими користувачами, контентом та технологіями. Це свідчить про те, що цифрова ідентичність не є статичною; навпаки, вона розвивається в режимі реального часу. Кожен онлайн-інструмент або платформа надає користувачам можливість створювати нові аспекти власної особистості або трансформувати вже існуючі.

### *Багатогранність цифрової ідентичності*

Іншим важливим аспектом є багатогранність ідентичності в цифрову епоху. Цифрова особистість не обмежується одним виміром; вона може включати кілька різних аспектів, що проявляються на різних платформах і в різних онлайн-контекстах. Ця багатовимірність дозволяє користувачам проявляти себе по-різному залежно від середовища, в якому вони взаємодіють. Наприклад, у рамках однієї соціальної мережі користувач може бути активістом або творчою особистістю, а в іншій — професіоналом або членом наукового співтовариства.

Така багатогранність не лише підсилює самосвідомість, але й змінює сприйняття інших користувачів, адже кожен з них може взаємодіяти з різними аспектами однієї особистості в різних контекстах. Одна й та сама людина може виглядати зовсім інакше в очах професійної спільноти у LinkedIn, ніж у своєму особистому профілі в Instagram або у Twitter, де вона може брати участь у дискусіях на політичні або культурні теми. [11]

### *Вплив технологій на формування ідентичності*

Нові технології значно впливають на можливість багатовимірного самовираження. Інструменти соціальних мереж надають користувачам засоби для створення персонального бренду, який може відрізнитися на різних платформах. Ця фрагментованість сприяє появі нових форм ідентичності, що з'являються в результаті постійної взаємодії з цифровим середовищем. У кожному новому онлайн-контексті користувач має можливість створювати новий імідж або оновлювати свій попередній образ, що в реальному житті зробити складніше через сталість соціальних ролей. Таким чином, цифрова ідентичність характеризується високим рівнем динамічності та багатовимірності, дозволяючи особистості постійно адаптуватися до нових умов цифрового світу. Це також призводить до того, що ідентичність стає процесом постійного оновлення, а не статичним набором характеристик. У результаті цього формуються нові моделі самоідентифікації та сприйняття особистості іншими користувачами.

Отже, у цифрову епоху особистість змінюється, стаючи багатовимірною і динамічною. Технології створюють нові можливості для самовираження та моделювання власної ідентичності в різних контекстах і на різних платформах. У цьому процесі ідентичність стає не лише інструментом особистісної самоідентифікації, але й ключовим елементом комунікації в цифровому суспільстві. [23]

### *Самопрезентація та її вплив на ідентичність*

Самопрезентація — це один із центральних феноменів віртуальної взаємодії, що відіграє важливу роль у формуванні особистої та соціальної ідентичності в цифровому суспільстві. Це процес, за допомогою якого користувачі контролюють та модифікують те, як вони сприймаються іншими у віртуальному просторі. В умовах швидкого розвитку соціальних медіа та онлайн-комунікацій можливість керувати самопрезентацією стала доступнішою та ефективнішою, ніж будь-коли раніше. Однак цей процес має як позитивні, так і потенційно негативні наслідки для особистості. У цифровому середовищі

користувачі мають можливість вибірково демонструвати різні аспекти своєї особистості. Це дозволяє їм створювати образ, який найкраще відповідає їхнім очікуванням, цілям чи вимогам аудиторії. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та інші, дають змогу користувачам самостійно обирати, яку інформацію публікувати, як формулювати повідомлення, які фото та відео показувати. [39]

Ця вибіркковість призводить до того, що у віртуальному просторі створюються специфічні образи, які можуть суттєво відрізнятися від реальних. Користувачі можуть акцентувати увагу на тих аспектах своєї особистості, які відповідають ідеальним чи соціально бажаним характеристикам, залишаючи поза увагою негативні або небажані риси.

Наприклад, у соціальних мережах люди часто демонструють лише успішні моменти свого життя — досягнення, подорожі, щасливі події — формуючи позитивний імідж, який відрізняється від реальної щоденної рутини. Така стратегія самопрезентації може підсилювати почуття соціального порівняння та створювати у спостерігачів враження, що інші мають "ідеальне" життя.

Процес самопрезентації у віртуальному середовищі впливає на формування особистої ідентичності. Люди, створюючи свої онлайн-образи, поступово починають ідентифікувати себе з цими образом. Якщо самопрезентація орієнтована на конкретні стандарти чи очікування аудиторії, особистість може змінюватися відповідно до цих стандартів, навіть якщо ці зміни суперечать реальним цінностям чи відчуттям особистості. [40]

Один із важливих аспектів цього явища полягає у феномені "курованої ідентичності". У процесі постійного управління своїм образом користувачі можуть втрачати автентичність і почати сприймати свою самопрезентацію як реальну ідентичність. Це може призвести до розриву між справжньою

особистістю та віртуально створеним образом, що у свою чергу спричиняє внутрішній конфлікт або навіть стрес через підтримку цього ідеального образу.

### *Негативні аспекти самопрезентації*

Попри всі переваги, пов'язані з можливістю вибіркової демонстрації себе, самопрезентація може також мати негативні наслідки для психічного здоров'я та самосприйняття. Прагнення відповідати певним стандартам або очікуванням аудиторії може створювати тиск на користувача. Це може призвести до тривоги, депресії або заниженої самооцінки, якщо в реальному житті людина не відповідає тому образу, який вона створила у віртуальному просторі. Крім того, надмірна самопрезентація може сприяти формуванню залежності від соціального схвалення. Користувачі можуть почати ставити свої публікації, "лайки" та коментарі на перше місце, що впливає на їхнє емоційне благополуччя та почуття власної цінності. Це особливо важливо в контексті підліткової та юнацької аудиторії, яка є найбільш вразливою до впливу соціальних медіа.

### *Різниця між віртуальним та реальним образом*

Однією з найбільш помітних відмінностей між реальним та віртуальним образом є те, що віртуальний образ часто має ідеалізований характер. Людина може акцентувати увагу на своїх найкращих якостях або досягненнях, водночас приховуючи свої недоліки чи невдачі. Це може створювати хибне враження у аудиторії та викликати спотворене уявлення про реальну особистість користувача.

Також важливо зазначити, що у процесі самопрезентації люди мають можливість експериментувати з різними аспектами своєї особистості. Це може бути позитивним, оскільки дозволяє краще пізнати себе та зрозуміти, якою людина хоче бути. Однак така багатогранність може призводити до того, що користувачі не завжди усвідомлюють, ким вони є насправді, через постійну зміну образів у різних соціальних контекстах. [7]

Отже, Самопрезентація у віртуальному просторі є потужним інструментом для контролю над власним образом, але вона має значний вплив на особисту ідентичність. Завдяки вибірковій демонстрації себе користувачі можуть створювати ідеалізовані образи, які можуть не відповідати їхній реальній сутності. Це, у свою чергу, може призвести до внутрішніх конфліктів, стресу або емоційних проблем. Однак самопрезентація також надає можливість для особистісного зростання та самоаналізу, що дозволяє користувачам краще розуміти себе та формувати свої ідентичності відповідно до власних бажань та цінностей. [7]

## **1.2 Психологічні механізми формування ідентичності в інтернет-середовищі**

Віртуальна самопрезентація є однією з ключових складових формування ідентичності в цифровому просторі. Вона передбачає активне створення, демонстрацію та управління власним образом, який користувач хоче показати іншим. У процесі самопрезентації особистість вибірково обирає, які аспекти себе підкреслити, а які залишити поза увагою. Цей процес значною мірою пов'язаний з теорією "я-образу" (self-concept), що описує уявлення людини про себе, яке формується через самооцінку, досвід і соціальні взаємодії. У цифровому середовищі "я-образ" стає багатовимірною проекцією, що включає як реальне, так і ідеалізоване "я".

Цифрові технології надають користувачам численні інструменти для управління власною ідентичністю. Фотографії, статуси, особисті профілі, а також інші елементи віртуального контенту стають засобами створення певного нарративу про себе. Наприклад, у соціальних мережах, таких як Instagram або LinkedIn, користувачі можуть демонструвати досягнення, професійний досвід чи стиль життя, тим самим створюючи бажаний образ для певної аудиторії.

Віртуальна самопрезентація дозволяє особистостям формувати ідеальну версію себе, яка може відрізнятись від реальності. Це створює як позитивні, так і негативні ефекти. З одного боку, можливість керувати власним образом сприяє підвищенню впевненості, професійному просуванню та соціальному прийняттю. З іншого боку, постійне порівняння із "ідеальними" образами інших користувачів та прагнення відповідати очікуванням можуть викликати тривожність і зниження самооцінки. [19]

Дослідження показують, що більшість користувачів соціальних платформ вибірково формують свій контент, спрямовуючи увагу на позитивні моменти свого життя. Це підтверджує, що цифрове середовище стає майданчиком для самовираження і соціальної взаємодії, де кожен може конструювати свою "цифрову особистість". У цьому контексті віртуальна самопрезентація стає не лише відображенням реального "я", а й засобом досягнення бажаних соціальних і професійних цілей.

Соціальне порівняння є одним із центральних психологічних механізмів, який впливає на формування ідентичності в інтернет-середовищі. Цей процес полягає у порівнянні себе з іншими людьми для оцінки своїх якостей, здібностей, досягнень чи зовнішності. У цифрову епоху соціальні мережі створюють ідеальні умови для такого порівняння через постійний доступ до ретельно відібраного контенту, що публікується іншими користувачами.

Порівняння в онлайн-просторі часто має дві сторони. З одного боку, воно може бути мотиваційним чинником: перегляд досягнень і успіхів інших спонукає користувачів розвиватися, ставити нові цілі та вдосконалювати себе. У цьому контексті соціальне порівняння стає стимулом для самовдосконалення і досягнення поставлених цілей. Наприклад, бачачи кар'єрний успіх однокурсників або колег у професійних мережах, таких як LinkedIn, користувач може бути натхненним працювати над своєю професійною ідентичністю та вдосконалювати навички.

З іншого боку, соціальне порівняння може мати негативний вплив, викликаючи тривожність, незадоволення собою чи своїм життям. У соціальних мережах, таких як Instagram, люди схильні публікувати ідеалізовані версії свого життя, демонструючи лише найкращі моменти. Це може створювати у користувачів відчуття, що вони не відповідають соціальним стандартам, що, у свою чергу, впливає на їхнє сприйняття себе і самооцінку. [28]

Психологічний вплив соціального порівняння також залежить від типу контенту, що сприймається. Позитивні приклади, які здаються досяжними, можуть мотивувати. Однак порівняння з недосяжними ідеалами, наприклад, знаменитостями чи успішними блогерами, часто спричиняє зниження самооцінки і навіть депресивні стани. Згідно з дослідженнями, часте порівняння себе з іншими в соціальних мережах корелює з вищими рівнями тривоги та почуттям недостатності.

У цьому контексті соціальні мережі стають не лише простором для обміну інформацією, а й джерелом впливу на формування ідентичності. Вони створюють реальність, де користувачі постійно оцінюють своє місце у соціальній структурі через порівняння із значущими "іншими". Розуміння цього механізму є важливим для аналізу того, як формуються сучасні ідентичності у віртуальному просторі.

Психологічний вплив зворотного зв'язку є ключовим фактором у формуванні ідентичності в інтернет-середовищі. Соціальні мережі та цифрові платформи пропонують користувачам можливість отримувати миттєву реакцію на свою активність у вигляді лайків, коментарів, репостів чи реакцій. Цей зворотний зв'язок виконує кілька важливих функцій: він не лише підтверджує або спростовує уявлення користувача про себе, але й формує їхню поведінку в подальшому. [34]

Зворотний зв'язок у соціальних мережах стимулює почуття соціальної приналежності, яке є важливим психологічним фактором у підтримці емоційного

благополуччя. Люди прагнуть схвалення своїх дій, публікацій чи ідей, і позитивний відгук підкріплює їхні дії, сприяючи формуванню впевненості у своїх соціальних і професійних якостях. Наприклад, коли користувач отримує позитивні коментарі або велику кількість реакцій на пост про свої досягнення, це сприяє утвердженню ідентичності, пов'язаної з певною роллю або компетенцією.

Однак негативний або відсутній зворотний зв'язок також має значний вплив. Негативні коментарі чи критика можуть знижувати самооцінку, викликати сумніви у власній компетентності або значущості. Це особливо помітно у молоді, яка часто сприймає реакцію у соціальних мережах як показник свого соціального статусу чи успішності. Відсутність реакції або низька кількість лайків може викликати розчарування, відчуття ізоляції чи навіть депресивні настрої.

Окрім того, зворотний зв'язок у цифровому середовищі часто буває спрощеним і не завжди відображає реальну думку людей, але він все одно сприймається як значуща оцінка. Платформи заохочують взаємодію через алгоритми, які посилюють видимість контенту з великою кількістю реакцій. У результаті користувачі можуть несвідомо пристосовувати свою поведінку, створюючи контент, який, на їхню думку, більше відповідає очікуванням аудиторії.

З психологічної точки зору, вплив зворотного зв'язку пов'язаний із концепцією "дзеркального я" (looking-glass self), згідно з якою люди формують уявлення про себе, ґрунтуючись на тому, як їх сприймають інші. У цифровому світі цей процес стає ще інтенсивнішим через миттєвий доступ до реакцій великої кількості людей. Таким чином, зворотний зв'язок у соціальних мережах є важливим механізмом формування ідентичності, впливаючи на самооцінку, соціальні зв'язки і поведінкові моделі. [13]

Анонімність і деіндивідуалізація є важливими аспектами, які впливають на формування ідентичності в інтернет-середовищі. Анонімність в онлайн-просторі

дозволяє користувачам приховувати свою реальну особистість, створюючи нові, часто ідеалізовані або вигадані образи. Це знижує соціальні ризики, пов'язані із засудженням або негативною реакцією, і дозволяє людям вільніше виражати свої думки та емоції. У той же час, анонімність сприяє зниженню відповідальності за власні дії, що іноді може призводити до антисоціальної поведінки, наприклад, кібербулінгу. [1]

Деіндивідуалізація, тобто зниження рівня усвідомлення індивідуальних характеристик у груповому контексті, часто виникає в анонімних або частково анонімних онлайн-спільнотах. Люди стають менш чутливими до норм і правил, властивих їхньому офлайн-життю, і більше керуються груповими настроями чи колективною динамікою. Це може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, деіндивідуалізація може сприяти відчуттю єдності та співпраці в онлайн-групах, з іншого — провокувати агресивну або неконструктивну поведінку.

Психологічно анонімність і деіндивідуалізація змінюють механізми самопрезентації. У відсутності реальних обмежень, таких як фізична присутність, користувачі можуть експериментувати зі своїми "я-образами", створюючи кілька різних версій своєї особистості. Це дозволяє вивчати різні аспекти ідентичності та адаптуватися до нових соціальних чи професійних умов. У той же час це може сприяти фрагментації особистості, коли різні образи не узгоджуються між собою, викликаючи внутрішній конфлікт. [25]

Важливим є також аспект впливу анонімності на міжособистісну взаємодію. У деяких випадках вона сприяє більшій відкритості та чесності, коли люди обговорюють теми, які їм складно піднімати в реальному житті. В інших ситуаціях це може призводити до втрати автентичності, коли онлайн-образ людини надто сильно відрізняється від її реального "я". Таким чином, анонімність і деіндивідуалізація виступають як подвійний механізм, який впливає на ідентичність як у позитивному, так і в негативному ключі.

Групова ідентичність та "ефект натовпу" є значущими психологічними механізмами, що формують ідентичність у цифровому середовищі. Групова ідентичність виникає, коли індивід відчуває себе частиною певної спільноти, наприклад, онлайн-групи, фан-клубу, форуму або соціальної мережі. У таких умовах відбувається формування "ми-ідентичності", де людина асоціює себе із цінностями, нормами та установками групи, що може впливати на її думки, поведінку та рішення.

"Ефект натовпу" стає особливо помітним у великих онлайн-спільнотах і соціальних мережах. Під його впливом індивіди можуть втрачати частину своєї індивідуальності, підпадаючи під загальний настрій або ідеї групи. У цифровому середовищі це може проявлятися у вигляді флешмобів, вірусних трендів або масових акцій. Психологічно це пояснюється схильністю людей до конформізму — прагненням адаптувати свою поведінку та переконання під впливом групового тиску або бажанням бути прийнятим.

Групова ідентичність у віртуальному просторі також дозволяє людям знаходити підтримку та відчуття приналежності, що особливо важливо для молоді. Учасники онлайн-груп часто отримують можливість обмінюватися ідеями, думками та досвідом, що сприяє розвитку колективної свідомості. Однак, з іншого боку, це може призводити до розвитку групової поляризації, коли спільнота починає підтримувати крайні ідеї або точки зору, виключаючи альтернативні думки.

Ключовим елементом цього механізму є вплив лідерів думок і так званих "інфлюенсерів". У великих групах вони задають тон дискусіям, формують тренди та сприяють поширенню ідей, впливаючи на формування індивідуальної ідентичності членів групи. Таким чином, групова ідентичність і "ефект натовпу" відіграють як позитивну, так і негативну роль у формуванні особистості, підкреслюючи взаємодію між індивідуальним та колективним "я" в цифровому середовищі.

Психологічні механізми інтеграції цифрової та реальної ідентичності є складним процесом, у якому індивіди намагаються узгодити свій віртуальний образ із тим, ким вони є у фізичному світі. У цифровому середовищі особистість має можливість створювати "паралельне я", яке може бути як доповненням, так і протиставленням реального "я". Це відображає фундаментальну потребу людини у цілісності, що є важливою частиною формування ідентичності.

Психологічна інтеграція цих двох ідентичностей базується на кількох аспектах. По-перше, це когнітивна гармонізація, коли людина намагається звести до мінімуму внутрішні конфлікти між реальним і цифровим "я". Наприклад, створення послідовного віртуального образу, який відповідає її реальним цінностям та переконанням, допомагає знизити когнітивний дисонанс.

По-друге, це роль соціального підтвердження. У цифрових мережах зворотний зв'язок від інших, зокрема "лайки", коментарі чи перегляди, відіграє ключову роль у формуванні позитивного образу. Якщо онлайн-ідентичність отримує схвалення, це може впливати на реальне "я", підвищуючи самооцінку або навіть змінюючи поведінку в реальному світі.

Третій важливий механізм — адаптивність і гнучкість. Цифрове середовище дозволяє експериментувати з різними образами, вивчати реакцію аудиторії та знаходити той, який найбільше відповідає очікуванням. Це є способом самопізнання і визначення своїх сильних сторін та цінностей.

Однак інтеграція не завжди є гармонійною. Невідповідність між реальним і цифровим "я" може спричинити тривожність, почуття несправжності чи навіть емоційне виснаження. У таких випадках важливо вивчати, як цифрові платформи та алгоритми можуть сприяти збереженню балансу, забезпечуючи більше простору для автентичного самовираження. [1]

Взаємодія між цифровою та реальною ідентичністю демонструє, наскільки складним та багатограним є процес формування сучасного "я". Інтеграція цих

аспектів допомагає людям не лише краще розуміти себе, але й ефективніше комунікувати та будувати стосунки в обох вимірах життя.

### **1.3 Віртуальна ідентичність: поняття, особливості, та відмінності від реальної ідентичності**

Віртуальна ідентичність — це концепція, яка описує особистісний образ людини, створений і підтримуваний у цифровому середовищі. Вона виникає в результаті взаємодії особистості з віртуальним простором, соціальними мережами та іншими онлайн-платформами, що дозволяють користувачам формувати, змінювати і демонструвати свій образ за допомогою тексту, зображень, відео або іншого контенту. Віртуальна ідентичність, на відміну від традиційної, є гнучкою, динамічною та часто багатшаровою. Вона може змінюватися залежно від платформи, аудиторії або особистих цілей користувача.

Основним елементом віртуальної ідентичності є можливість створення "ідеального я", де користувач показує лише обрані аспекти своєї особистості, залишаючи прихованими інші. Це явище тісно пов'язане з теорією "я-образу" (self-concept), що визначає, як людина уявляє себе і хоче бути сприйнята іншими. У віртуальному середовищі кожна дія, публікація або фото стають частиною цілісного образу, який впливає як на самоідентичність, так і на сприйняття особистості іншими. [21]

Ключовою особливістю віртуальної ідентичності є її множинність. Людина може мати кілька ідентичностей на різних платформах: професійну в LinkedIn, соціальну в Instagram або Twitter, а також розважальну чи анонімну в ігрових спільнотах. Це дозволяє не лише експериментувати з ролями, але й адаптуватися до різних соціальних та професійних контекстів.

Однак існують і ризики, пов'язані з віртуальною ідентичністю. Наприклад, можливе виникнення когнітивного дисонансу між реальним і віртуальним "я", що може спричинити емоційне виснаження або втрату автентичності. Крім того, соціальні медіа стимулюють конкуренцію за увагу та схвалення, що впливає на формування самооцінки.

Віртуальна ідентичність — це невід'ємна частина сучасного цифрового суспільства, яка надає можливості для самовираження, професійного розвитку та міжособистісної комунікації. Проте її формування вимагає від користувачів усвідомлення впливу цифрових технологій і відповідального ставлення до свого образу у віртуальному середовищі.

Віртуальна ідентичність має кілька ключових особливостей, що відрізняють її від реальної. Однією з таких характеристик є пластичність. Віртуальна ідентичність легко піддається змінам і коригуванню залежно від того, який контекст чи платформа використовується. Людина може створювати різні "я" для різних ситуацій або соціальних груп. Наприклад, в одній ситуації вона може бути професійною особистістю на LinkedIn, в іншій — більш неформальною і креативною в Instagram або TikTok. Ця здатність до адаптації дозволяє користувачам маніпулювати своїм образом для досягнення певних цілей чи для взаємодії з різними аудиторіями.

Іншою особливістю є фрагментованість. Віртуальна ідентичність часто не є єдиною та цілісною, а скоріше складається з декількох частин, які відповідають різним онлайн-спільнотам або платформам. Так, користувач може створювати окремі профілі або персональні сторінки, щоб бути частиною різних соціальних контекстів: наприклад, у професійному середовищі він може виглядати серйозно та компетентно, а в розважальних мережах — демонструвати іншу частину своєї особистості, більше орієнтуючись на хобі чи розваги.

Анонімність та псевдонімність також є важливими рисами віртуальної ідентичності. В онлайн-просторі люди можуть зберігати анонімність, приховуючи свою реальну особистість, або використовувати псевдоніми для створення нових віртуальних образів, що можуть бути значно відмінними від їхнього реального "я". Це дозволяє людині взаємодіяти у віртуальному світі без обмежень або осуду, який може виникати в реальному житті, а також відкриває можливості для самовираження та експериментів. [22]

Особливість самопрезентації в онлайн-середовищі полягає в тому, що користувачі мають значно більший контроль над тим, як вони себе презентують. Вони можуть ретельно вибирати, які аспекти свого життя демонструвати, а які – приховувати. Віртуальна самопрезентація дає можливість створювати ідеалізовані образи, що часто не відображають реальне життя, і тим самим підтримувати певний еталон чи стандарт "я". Це може призвести до того, що онлайн-образ стає ідеалізованим, а реальна особистість – занедбаною або непоміченою.

Загалом, віртуальна ідентичність є складною, змінною та багат шаровою. Вона дозволяє людям маніпулювати своїм образом і створювати нові ролі для різних ситуацій, що є важливим аспектом соціальної взаємодії у цифровому середовищі.

Віртуальна ідентичність є динамічним і багат шаровим процесом, який здебільшого залежить від того, як людина хоче бути сприйнята іншими в онлайн-просторі. Однією з важливих характеристик цієї ідентичності є її пластичність. У віртуальному середовищі особа має можливість швидко змінювати або коригувати свої образи, що дозволяє легко адаптувати їх до різних контекстів і аудиторій. Завдяки цій гнучкості, віртуальна ідентичність може змінюватися в залежності від конкретної соціальної мережі або ситуації. Наприклад, те, що людина публікує в LinkedIn, може бути значно відрізнитися від того, що вона викладає в Instagram або Twitter, створюючи декілька окремих "я" для кожної з цих платформ.

Крім того, віртуальна ідентичність часто є фрагментованою. Це означає, що вона може не мати єдиної структури або образу, а складатися з різних елементів, які відповідають різним соціальним групам або платформам. Людина може бути різною для кожної аудиторії: в одній ситуації вона може демонструвати свою професійну сторону, в іншій — більш приватну або неформальну. Таке дроблення ідентичності також пов'язано з тим, що онлайн-простір дозволяє приховувати або змінювати частини себе, що залишаються недоступними для реального світу.

Анонімність є ще однією важливою рисою віртуальної ідентичності. У цифровому середовищі користувачі мають можливість залишатися анонімними або створювати нові псевдоніми, що дозволяє зберігати певну дистанцію від реального світу. Вони можуть бути вільними у виборі того, що саме і як вони хочуть представити, часто без страху бути осудженими або оціненими, що є важливим фактором для людей, які прагнуть до самовираження без обмежень.

Самопрезентація в інтернет-просторі дає користувачам значно більший контроль над своєю ідентичністю порівняно з реальним світом. Це дозволяє людям ретельно вибирати, які моменти з їхнього життя і особистості будуть продемонстровані на публіку, а які залишаться прихованими. Вони можуть створювати ідеалізовані образи себе, що не завжди відображають їхню реальну сутність. Це часто призводить до того, що людина в онлайн-просторі може виглядати значно кращою або успішнішою, ніж у реальному житті, і цілеспрямовано формувати позитивний імідж.

Всі ці аспекти формування віртуальної ідентичності дозволяють створювати багатогранні, адаптивні образи, які дають змогу користувачам взаємодіяти з різними соціальними групами та платформами. У той же час, такі зміни можуть призводити до психологічних наслідків, зокрема, відчуття втрати автентичності або зростання тривожності через необхідність постійного підтримання ідеалізованого образу. [36]

Віртуальна ідентичність суттєво відрізняється від реальної через кілька ключових аспектів. Один із основних моментів полягає в контролі над сприйняттям. В реальному житті людина має обмежені можливості контролювати, як її сприймають інші. Наприклад, вона не завжди може уникнути негативних суджень або вражень, які створюються в межах соціальних ролей, таких як робота або сім'я. У віртуальному середовищі все виглядає інакше: людина має значно більшу свободу вибору того, що вона хоче показати оточуючим, і що залишити прихованим. Це дозволяє їй конструювати свій образ в онлайн-просторі і представляти себе в такому вигляді, якого вона прагне досягти.

Ще однією суттєвою відмінністю є соціальні ролі та образи. У реальному житті соціальні ролі частіше є стабільними і не підлягають значним змінам. Людина має певну роль в роботі, сім'ї чи колі друзів, яка визначає її поведінку і відносини з іншими. Віртуальна ідентичність дає набагато більше простору для експериментів з різними образами та ролями. Людина може створювати різні "я", що можуть не лише варіюватися, але й іноді суперечити один одному. Це дозволяє людині бути одночасно різними образами для різних аудиторій або навіть в межах однієї платформи. [5]

Віртуальна ідентичність також має відмінний рівень відповідальності. У реальному житті людина несе відповідальність за свої вчинки, адже її дії можуть мати реальні фізичні та соціальні наслідки. Віртуальне середовище дає людині більше анонімності, що дозволяє знижувати відчуття відповідальності. В результаті це може призводити до менш обережної поведінки або навіть до екстремальних форм самовираження, які були б неможливі в реальному світі. Вона відрізняється від реальної по тривалості і сталість. Реальна ідентичність формується протягом багатьох років і ґрунтується на життєвому досвіді та стабільних соціальних зв'язках. Віртуальна ж ідентичність може змінюватися набагато швидше, залежно від нових цифрових середовищ, платформ і трендів. Людина може постійно коригувати або оновлювати свій образ у відповідь на зміни в соціальних мережах або на вплив нових технологій. Віртуальна

ідентичність стає надзвичайно важливою складовою у сучасному цифровому світі, адже через соціальні медіа та інші онлайн-платформи люди можуть активно керувати своїм образом. Це дає їм можливість вибудовувати образи, які можуть кардинально відрізнитися від реальної ідентичності. Один із аспектів, який наочно демонструє відмінність між віртуальною та реальною ідентичністю, — це зміна ролей і контекстів. У реальному світі ми маємо більш чітко визначені соціальні ролі, такі як роль працівника, члена родини або друга. Ці ролі формуються на основі історії взаємодій, емоційних зв'язків і фізичної присутності. Віртуальна ідентичність, на відміну від цього, дає людині можливість створювати різні образи залежно від контексту. Наприклад, той самий користувач може виступати як професіонал на LinkedIn, активіст на Twitter або розважати друзів на Instagram, не поєднуючи ці ролі між собою.

Відмінність між віртуальною та реальною ідентичністю також проявляється у можливості контролювати свій образ. У реальному житті людина не може повністю контролювати, як її сприймають оточуючі. Ми залежимо від того, як ми виглядаємо, що говоримо і як взаємодіємо в конкретних соціальних контекстах. Віртуальний простір надає людині величезну свободу у відборі того, що показати, а що приховати. Це дозволяє створювати майже ідеалізований образ, який часто відрізняється від реальності, і таким чином визначати, як інші люди будуть сприймати цю особистість.

Ще однією важливою відмінністю є питання відповідальності. У реальному житті люди зазвичай несуть відповідальність за свої дії та вчинки. Віртуальна реальність дає можливість зменшити відчуття цієї відповідальності, оскільки анонімність чи псевдонімність дозволяють користувачам діяти з меншою обережністю. Це може призвести до того, що людина веде себе в інтернет-просторі більш ризиковано, ніж у реальному житті. Такий ефект може бути особливо помітним у соціальних мережах, де анонімність дозволяє людям висловлювати свої думки та ідеї без прямої відповіді за наслідки.

Також варто зазначити, що віртуальна ідентичність є більш динамічною та змінною, ніж реальна. Ідентичність у реальному житті формується під впливом життєвого досвіду, родини, навчання та соціальних зв'язків. Це довготривалий процес, який не зазнає різких змін. У той час як віртуальна ідентичність може змінюватися швидше через постійний розвиток нових платформ, оновлень і змін у соціальних мережах. Наприклад, зміна трендів у медіаплатформах чи змінення алгоритмів на платформі можуть призвести до того, що користувачі швидко адаптуються і змінюють свої стратегії самопрезентації. Віртуальна не існує окремо від реальної, а постійно взаємодіє з нею, часто впливаючи на те, як особистість сприймає себе та свій образ у реальному житті. Люди можуть переносити елементи своєї реальної ідентичності у віртуальний простір, виводячи на поверхню певні аспекти себе, які вони хочуть демонструвати іншим у цифровому середовищі. Наприклад, через публікації, фотографії або активність у соціальних мережах люди можуть представити себе як лідерів думок або експертів у певній галузі, навіть якщо в реальному житті їхні ролі можуть бути зовсім іншими. [8]

З іншого боку, віртуальна ідентичність може значно впливати на реальну. Люди, створюючи себе в інтернеті, можуть втілювати у віртуальному середовищі певні ідеали або бажані образи, що можуть спонукати до змін у їхній реальній поведінці чи стилі життя. Наприклад, людина, що активно публікує про здоровий спосіб життя і спорту в соціальних мережах, може почати дотримуватися цих звичок і в реальному житті, прагнучи відповідати своєму образу онлайн.

Цей процес інтеграції та взаємодії між реальним і віртуальним "я" може бути як позитивним, так і викликати певні труднощі. З одного боку, він може сприяти розвитку особистості, самовдосконаленню, допомагати в пошуку підтримки чи нових можливостей для розвитку кар'єри. З іншого боку, постійне порівняння себе з ідеалізованими образами інших у соціальних мережах може спричиняти зниження самооцінки або проблеми з ідентичністю, оскільки людина не завжди може досягти тих стандартів, які вона встановлює для себе через

онлайн-образи. Важливим аспектом є те, що така взаємодія може спричиняти не лише поверхневі зміни, але й глибші трансформації особистості, впливаючи на поведінку, самоусвідомлення та взаємодію з іншими людьми.

Взаємодія реальної та віртуальної ідентичності є складним і багатовимірним процесом, в якому ці дві сфери постійно переплітаються, взаємодіють і впливають одна на одну. Люди сьогодні переживають безліч трансформацій і взаємодій між своїм фізичним "я" і цифровими версіями, що часто буває не тільки результатом свідомих рішень, а й впливом навколишнього цифрового середовища. Віртуальна ідентичність зазвичай формується як частина особистості, яку індивід хоче показати в інтернеті. Вона не завжди відповідає реальній особистості, а часто є ідеалізованим або вибіркоким зображенням того, яким хоче виглядати користувач у цифровому світі. Цей вибірковий процес базується на контролі за тим, що саме людина хоче показати, а що приховати від публіки.

Водночас, ця віртуальна ідентичність може потім позначатися на реальній. Коли особа отримує позитивний зворотний зв'язок у вигляді лайків, коментарів або підвищеної уваги до свого контенту, це може спричиняти зміни в її реальному житті. Наприклад, людина, що активно демонструє певний стиль життя або досягнення в мережі, може прагнути більше включати ці аспекти у своє повсякденне існування. Це може бути адаптацією стилю одягу, змінюванням звичок, акцентуванням уваги на певних сферах діяльності чи навіть кар'єрними рішеннями, орієнтуючись на ідеї та стандарти, які сформовані в мережі.

Зворотний процес також має місце: реальна ідентичність може переносити певні аспекти в онлайн-простір, зокрема це стосується людей, які вже мають певні соціальні ролі або кар'єрні досягнення. Віртуальна ідентичність для них може стати лише доповненням або майданчиком для демонстрації цих досягнень, так само як і для побудови нових зв'язків, взаємодії з однодумцями та здобуття професійних переваг. Вони використовують цифрові платформи для зміцнення

власного іміджу, взаємодії з професійними спільнотами, просування своїх проектів чи ідей.

Трансформація особистості через віртуальну ідентичність може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, постійне удосконалення цифрового "я" може сприяти розвитку особистості, відчуттю більшої впевненості, отриманню нових навичок і можливостей. З іншого боку, прагнення до безперервної презентації ідеалізованого образу може спричинити відчуття незадоволення реальним "я", що може призвести до низької самооцінки, депресії чи тривожних розладів. Порівняння себе з іншими, яке часто виникає в цифрових просторах, може посилювати це почуття неповноцінності, адже онлайн-контент часто відображає тільки найкращі моменти і досягнення людей.

Іншим важливим аспектом є питання анонімності в інтернеті. У віртуальному світі багато хто створює себе під псевдонімом або навіть зберігає анонімність. Це дозволяє людині створювати нові образи, втілювати ідеї, яких би не вистачало в реальному житті. Однак це також може вести до феноменів деіндивідуалізації, коли особа починає відчувати себе менш відповідальною за свої вчинки або слова в інтернеті, оскільки відсутність фізичного контакту з іншими людьми зменшує відчуття наслідків своїх дій.

Можна сказати, що віртуальна та реальна ідентичності перебувають у постійній взаємодії, і кожна з них має сильний вплив на іншу. Це складний, багатогранний процес, який може мати значний вплив на те, як ми будемо свою самосвідомість, відчуваємо себе в соціальних контекстах і як адаптуємося до змін у цифровому світі. [36]

### *Висновки до розділу I*

Отже у першому розділі «Теоретичні аспекти формування ідентичності в умовах цифрового суспільства» розглянуто основні концептуальні підходи до розуміння ідентичності в умовах, коли цифрові технології стають невід'ємною

частиною повсякденного життя. Розвиток цифрових технологій сприяє новому формуванню ідентичностей, які виходять за межі традиційних уявлень про особистість і її зв'язок із соціальними структурами та культурними нормами. В умовах цифрового середовища ідентичність стає більш фрагментованою, динамічною та багатовимірною.

Одним із важливих аспектів є те, що в цифровому просторі з'являється нова можливість самопрезентації, де особистість має змогу вибірково показувати певні аспекти свого життя, керуючись стратегіями самопозиціонування. Ця самопрезентація, зокрема через соціальні мережі, стає важливим інструментом для формування онлайн-ідентичності, яка часто є ідеалізованою та відрізняється від реального життя. Така вибіркковість може мати психологічні наслідки, зокрема у вигляді підвищеної тривожності або почуття неповноцінності, коли людина починає порівнювати себе з іншими через зображення та інформацію в мережі.

Ще одним важливим аспектом є те, як взаємодіють реальна та віртуальна ідентичності. Ці дві сфери можуть мати взаємний вплив. Людина може адаптувати свою реальну поведінку відповідно до образів, які вона створює в цифровому середовищі, або навпаки — її онлайн-образи можуть почати відображати реальні аспекти її особистості. У цьому контексті також важливо враховувати феномени анонімності та деіндивідуалізації, які знижують рівень відповідальності в онлайн-просторі і дозволяють людині експериментувати з новими соціальними ролями та образами.

Враховуючи всі ці фактори, можна стверджувати, що цифрові технології створюють нові можливості для формування ідентичності, водночас вони висувають нові виклики для розуміння того, як особистість визначається в умовах, де соціальні ролі, норми і поведінкові моделі швидко змінюються. Це вимагає нового підходу до розуміння самосвідомості та психологічних механізмів, що лежать в основі сучасної ідентичності.

З огляду на зазначене, важливим є подальше вивчення психосоціальних аспектів формування ідентичності в умовах цифрового середовища, особливо в контексті взаємодії між реальними та віртуальними аспектами особистості. Цей процес має глибокі соціальні, культурні та психологічні наслідки, які слід враховувати при дослідженні сучасних соціальних змін та впливу цифровізації на індивідуальну ідентичність.

## **Розділ 2. Медіа-середовища та їх вплив на ідентичність: теоретичні підходи та моделі**

### **2.1 Концепція "віртуальних спільнот" та їх роль у формуванні ідентичності**

Віртуальні спільноти, також відомі як онлайн-спільноти або цифрові спільноти, є групами індивідів, які взаємодіють один з одним через інтернет на основі спільних інтересів, цілей або досвіду. Ці спільноти формуються на різних платформах, таких як форуми, соціальні мережі, блоги та інші веб-сайти, що дозволяють користувачам обмінюватися інформацією, ідеями та думками.

Також вони існують виключно в онлайн-середовищі, що дозволяє їм долати географічні бар'єри і об'єднувати людей з різних куточків світу. Вони створюються і підтримуються на основі спільних інтересів або цілей, що створює основу для взаємодії їх учасників. Це може бути будь-що: від хобі та професійних інтересів до спільного досвіду чи прагнення до самовдосконалення.

Користувачі віртуальних спільнот спілкуються через різні засоби комунікації, включаючи текстові повідомлення, відеоконференції, обмін зображеннями та файлами, що дозволяє їм підтримувати зв'язок і співпрацю в різних формах. Деякі віртуальні спільноти мають формальну структуру з чітко визначеними ролями і правилами, тоді як інші можуть бути більш неформальними і гнучкими у своїй організації.

Вони відіграють важливу роль у формуванні ідентичності їх учасників. Вони створюють простір для самовираження, обміну досвідом та підтримки, що допомагає індивідам визначати та утверджувати свою ідентичність. Взаємодія в таких спільнотах сприяє формуванню соціального капіталу, розширенню кругозору та набуттю нових навичок і знань. Завдяки віртуальним спільнотам люди можуть знаходити однодумців, розвивати свої інтереси та реалізовувати себе в різних сферах життя. [15]

Але вони не лише об'єднують людей з різних куточків світу, але й створюють умови для розвитку нових форм соціальної взаємодії. Учасники таких спільнот можуть обмінюватися думками, отримувати підтримку та відчувати належність до групи, що є важливими аспектами формування їхньої особистої ідентичності. Ці спільноти можуть бути тематичними, професійними, освітніми або просто об'єднувати людей зі спільними інтересами.

Інтернет надає широкі можливості для участі у віртуальних спільнотах, незалежно від соціального статусу, віку чи географічного розташування. Це створює рівні умови для всіх учасників, де кожен може знайти свій голос і місце. У такому середовищі індивіди можуть вільно виражати свої думки, отримувати зворотний зв'язок і підтримку, що сприяє більш глибокому розумінню власної ідентичності.

З розвитком технологій та збільшенням часу, проведеного онлайн, віртуальні спільноти набувають все більшого значення. Вони не лише підтримують комунікацію, але й створюють нові соціальні структури, які впливають на поведінку та самосприйняття їх учасників. Важливим аспектом є також можливість анонімності, яка дозволяє людям експериментувати з різними аспектами своєї ідентичності без страху осуду чи негативних наслідків. [16]

Дослідження показують, що участь у віртуальних спільнотах може позитивно впливати на психічне здоров'я, знижувати рівень стресу та сприяти почуттю соціальної підтримки. Водночас, надмірна залученість у віртуальні спільноти може призводити до соціальної ізоляції в реальному житті, що підкреслює необхідність балансу між онлайн та офлайн активностями.

Таким чином, віртуальні спільноти є важливим інструментом для формування ідентичності в сучасному цифровому суспільстві. Вони забезпечують можливості для самовираження, підтримки і розвитку, впливаючи на те, як люди бачать себе і взаємодіють з навколишнім світом.

Взаємодія віртуальних спільнот має свої особливості порівняно з традиційними формами спілкування. Однією з цих особливостей є доступність цифрових інструментів, які значно розширюють можливості взаємодії. Учасники можуть спілкуватися у будь-який зручний для них час, обмінюватися інформацією та думками швидко та ефективно.

Ще однією важливою особливістю є анонімність. Учасники віртуальних спільнот можуть обговорювати теми, які можуть бути для них важливими або цікавими, не боячись осуду чи негативної реакції оточуючих. Це створює безпечне середовище для відкритості та взаємодії.

Крім того, вони можуть бути дуже різноманітними за своєю структурою та організацією. Деякі можуть мати чітку лідерську структуру та правила, які регулюють поведінку учасників, тоді як інші можуть бути більш вільними та демократичними. Такі різноманітність дозволяє людям знаходити спільноти, які найкращим чином відповідають їхнім потребам та інтересам.

Особливості взаємодії також включають можливість взаємодії з людьми з різних культур та соціальних середовищ. Це дозволяє розширювати світогляд та отримувати нові ідеї та підходи до проблем. Така різноманітність може сприяти більш глибокому розумінню себе та інших, що є важливим аспектом формування ідентичності. Взаємодія також може відбуватися у формі спільних проектів та ініціатив. Учасники можуть об'єднуватися для досягнення спільної мети або вирішення спільної проблеми, що сприяє почуттю належності та важливості кожного учасника. [16]

Крім того, важливим аспектом взаємодії є можливість відкритої дискусії та обговорення різноманітних тем. Учасники можуть висловлювати свої думки, ділитися досвідом та взаємодіяти з іншими, що сприяє розвитку критичного мислення та самопізнанню.

Також слід зазначити, що взаємодія в віртуальних спільнотах може мати значний вплив на формування ідентичності учасників через взаємодію з різними культурами, поглядами та цінностями. Це дозволяє кожному учаснику знаходити своє місце в спільноті, відчувати себе прийнятим та розвивати свою унікальну ідентичність.

Вплив на соціальну ідентичність може бути значний і має кілька аспектів. По-перше, участь в спільноті дозволяє індивідам відчувати себе частиною певної групи людей, що має спільні інтереси або цінності. Це може сприяти почуттю належності та підтримки, що впливає на самооцінку та впевненість у собі. Далі, участь у віртуальних спільнотах може сприяти розширенню соціального кола і встановленню нових зв'язків. Це може бути особливо важливим для людей, які відчувають соціальну ізоляцію в реальному житті, допомагаючи їм знайти рівних собі та отримати підтримку. Також, взаємодія з різними людьми відкриває нові погляди та можливості для самовдосконалення. Учасники віртуальних спільнот можуть навчатися від інших, розвивати свої навички та відкривати нові інтереси, що також впливає на їхню соціальну ідентичність.

Участь у таких спільнотах може впливати на спосіб сприйняття себе та власної ролі в суспільстві. Взаємодія з різними людьми та викладення своїх думок та ідей може допомогти учасникам зрозуміти свої цінності та переконання, що впливає на їхню соціальну самоідентифікацію. А також участь сприяє розширенню соціального кола та встановленню нових зв'язків, що може позитивно впливати на самопочуття та самовизначення. Взаємодія з різними людьми та викладення своїх думок та ідей допомагає учасникам розкрити свої можливості та зрозуміти себе краще.

Віртуальні спільноти відіграють важливу роль у формуванні соціальної ідентичності. Їхній вплив полягає у забезпеченні можливостей для самовираження, спілкування та співпраці, що сприяє зміцненню почуття належності та підтримки. Участь у віртуальних спільнотах дозволяє людям

відчути себе частиною спільноти зі спільними інтересами та цінностями, що є важливим аспектом формування їхньої соціальної ідентичності. Таким чином, вони є важливим аспектом сучасного цифрового суспільства, що сприяє формуванню та розвитку соціальної ідентичності їхніх учасників. Вони створюють унікальні умови для взаємодії та самореалізації, що робить їх важливим інструментом для самовизначення та соціального розвитку. [16]

## **2.2 Соціальні мережі як платформи ідентифікації**

Facebook, Instagram та Twitter грають важливу роль у формуванні особистих брендів через свою широку аудиторію та можливості взаємодії. Ці платформи надають можливість відобразити унікальні аспекти особистості та встановити зв'язок зі своєю аудиторією.

Facebook, як найбільша соціальна мережа, дозволяє користувачам створювати особисті сторінки та спілкуватися зі своїми друзями, родиною та колегами. Це створює можливість для побудови особистого бренду шляхом демонстрації своїх інтересів, досягнень та цінностей. Instagram, як платформа для спільноти візуального контенту, дозволяє користувачам відобразити свої інтереси та створити стильний образ життя. Це дозволяє підкреслити свою унікальність та привернути увагу аудиторії. Twitter, зі своєю короткою формою публікацій, створює можливість для вираження своїх думок та поглядів. Це дозволяє користувачам підтримувати свій особистий бренд, виражаючи свою експертність та індивідуальність.

Facebook, Instagram та Twitter є не лише платформами для спілкування, але й потужними інструментами для формування особистих брендів. Вони

дозволяють користувачам створювати унікальний образ та встановлювати свій стиль спілкування зі світом.

На Facebook, користувачі можуть створювати особисті сторінки, де вони публікують свої думки, ідеї, фотографії та відео. Це дозволяє їм демонструвати свої інтереси, цінності та досягнення, що сприяє формуванню позитивного образу та привертає увагу аудиторії. Instagram, з своїм фокусом на візуальному контенті, дозволяє користувачам створювати естетично привабливі профілі, де вони можуть ділитися своїми фотографіями та відео. Це дозволяє їм показати свій унікальний стиль життя та враження, що створює сильний ефект впізнаваності та приваблює нових підписників. Twitter, зі своєю обмеженою кількістю символів у постах, сприяє коротким та змістовним висловленням. Це дозволяє користувачам швидко та ефективно виражати свої думки та погляди, що може підсилити їхню експертність та авторитет у певній галузі. [17]

Вплив візуального контенту на самосприйняття може бути значним у контексті соціальних мереж як платформ ідентифікації. Постійний доступ до великої кількості фотографій, відео та інших візуальних матеріалів може впливати на спосіб, яким користувачі сприймають себе та інших.

Наприклад, багато людей на соціальних мережах публікують фотографії, які показують їхнє життя у вигляді ідеального, зображуючи лише найкращі моменти. Це може призвести до порівняння себе з ідеалізованим образом інших і спричинити почуття недостатності або незадоволення власним життям.

З іншого боку, візуальний контент може також сприяти позитивному самосприйняттю, коли люди діляться знімками, які відображають їхні досягнення, хобі та радісні моменти. Це може підвищити самооцінку та позитивність у ставленні до себе. Тобто вплив візуального контенту на самосприйняття може бути складним і залежить від контексту та способу сприйняття користувачів. Цей вплив на самосприйняття в соціальних мережах може бути досить значним через

те, що візуальний матеріал має сильний емоційний вплив на людину. Перегляд фотографій та відео може викликати у користувачів різні почуття, від радості та захоплення до заздрощів та невдоволення. Наприклад, бачення ідеально виглядаючих людей на світлинах у соціальних мережах може викликати у людей почуття нестачі та незадоволення власним зовнішнім виглядом. Це може призвести до того, що люди починають намагатися досягти ідеалу, що часто може бути недосяжним, що, в свою чергу, може призвести до почуття розчарування в собі. Однак важливо враховувати, що вплив візуального контенту може бути і позитивним. Наприклад, публікація власних фотографій, які відображають радісні моменти та досягнення, може підвищити самооцінку та сприяти позитивному самосприйняттю. Таким чином, вплив візуального контенту на самосприйняття у соціальних мережах може бути як позитивним, так і негативним, і він залежить від того, як саме користувач сприймає та реагує на візуальний матеріал.

Візуальний контент у соціальних мережах впливає на самосприйняття через створення певного іміджу або "особистого бренду". Користувачі вибирають, які фотографії чи відео вони публікують, і яким чином вони себе представляють. Це може відображати їхні інтереси, стиль життя, успіхи та досягнення, або навпаки, створювати ілюзію ідеального життя. [17]

Постійне спостереження за ідеалізованим життям інших у соціальних мережах може призвести до почуття незадоволення своїм життям, бажання досягти такого ж статусу або вигляду, що може вплинути на психічний стан користувача та його самопочуття. Однак, важливо відзначити, що візуальний контент також може бути джерелом натхнення та мотивації. Позитивні та мотивуючі зображення можуть підтримати позитивний настрій та вплинути на підвищення самооцінки.

Отже, вплив візуального контенту на самосприйняття у соціальних мережах є складним і залежить від багатьох факторів, таких як контент, який користувач вибирає для перегляду, і власний психологічний стан.

Механізми взаємодії у соціальних мережах включають в себе способи представлення себе та спілкування з іншими користувачами. Ці механізми можуть включати в себе вибір контенту для публікації, взаємодію з коментарями та лайками, а також використання спеціальних функцій платформ для вираження себе. Один з ключових механізмів - це вибір та редагування контенту, який користувачі публікують на своїх сторінках. Вони можуть вибирати фотографії та відео, які найкращим чином відображають їхні інтереси, стиль життя та внутрішні почуття. Це дозволяє їм керувати тим, як їх бачать інші користувачі і створювати певний образ. Крім того, механізми взаємодії також включають в себе спілкування з іншими користувачами через коментарі, приватні повідомлення та реакції на їхні публікації. Це може впливати на те, як користувачі представляють себе, відповідаючи на коментарі та взаємодіючи з іншими користувачами. Тому можна стверджувати, що механізми взаємодії у соціальних мережах мають великий вплив на самопрезентацію користувачів, допомагаючи їм створити певний образ та спілкуватися з іншими користувачами.

Механізми взаємодії в соціальних мережах не лише дозволяють користувачам представляти себе, але й впливають на їхню самопрезентацію через спосіб спілкування та взаємодії з іншими. Наприклад, можливість коментувати чи лайкати публікації інших користувачів дає змогу виражати свої думки та відчуття щодо змісту, що також може бути формою самовираження та побудови власного образу. Спілкування з іншими користувачами може впливати на уявлення про себе через взаємні враження та взаємодію. Наприклад, отримання позитивних коментарів або лайків на свої публікації може підтримувати позитивне самовідчуття та підвищувати впевненість у собі, тоді як негативні коментарі можуть викликати почуття невпевненості чи незадоволення.

Також важливим механізмом є можливість створення та участь у групах та спільнотах за інтересами. Це дозволяє користувачам знайти спільну мову з іншими, обговорювати теми, які їх цікавлять, та спілкуватися з людьми, які поділяють їхні погляди та цінності. Це може створювати відчуття належності та

спільноти, що також впливає на самопрезентацію та формування ідентичності користувачів. У соціальних мережах вони мають значний вплив на самопрезентацію користувачів, відображаючи їхні відносини з іншими користувачами та формуючи їхнє відчуття про себе. Механізми взаємодії у соціальних мережах включають в себе також можливість створення персоналізованого контенту через використання різноманітних функцій та інструментів платформ. Наприклад, можливість створення історій або живих трансляцій дозволяє користувачам показати своє життя в реальному часі, що може бути способом підвищення власної активності та привертання уваги до своїх подій та досягнень. [17]

А також вони можуть включати в себе можливість створення аудіо- та відеопостів, що дозволяє користувачам виражати себе через звукові та візуальні засоби. Це може бути особливо корисним для тих, хто бажає висловити свої думки та почуття більш емоційно та виразно. В них є можливість взаємодії з алгоритмами платформ, які підбирають контент для користувачів на основі їхніх попередніх взаємодій та інтересів. Це може впливати на те, який контент бачать користувачі, що може вплинути на їхнє уявлення про себе та світ. Механізми взаємодії у соціальних мережах є різноманітними та мають значний вплив на самопрезентацію користувачів через можливості створення та редагування контенту, спілкування з іншими користувачами та взаємодію з алгоритмами платформ.

Соціальні мережі, як платформи ідентифікації, відіграють важливу роль у формуванні та вираженні особистої і колективної ідентичності у цифровому суспільстві. Вони створюють можливості для користувачів виражати свої інтереси, погляди та цінності через спілкування, публікацію контенту та взаємодію з іншими. Механізми взаємодії у соціальних мережах, такі як коментарі, лайки, спільні групи та події, дозволяють користувачам підтримувати соціальні зв'язки, розширювати свою мережу контактів та відчувати приналежність до різних спільнот. Це сприяє позитивному самовідчуттю,

відчуттю підтримки та взаємодопомоги, що є важливим для формування стабільної та здорової ідентичності. Однак, важливо враховувати, що соціальні мережі також можуть мати негативний вплив на ідентичність, зокрема через порівняння себе з іншими, вплив ідеалізованих образів та негативний зворотний зв'язок. Тому важливо бути обережним у використанні цих платформ та свідомо вибирати контент, який сприяє позитивному самопочуттю та розвитку. У цілому, соціальні мережі відкривають широкі можливості для вираження та розвитку ідентичності у цифровому суспільстві. Вони дозволяють людям знаходити спільну мову, спілкуватися та співпрацювати, що сприяє формуванню багатогранної та унікальної ідентичності кожного користувача.

### **2.3 Теорія соціального капіталу в контексті онлайн-ідентичності.**

Соціальний капітал в цифровому суспільстві можна визначити як сукупність ресурсів, які користувачі мають у вигляді соціальних зв'язків, довіри та взаємодопомоги в онлайн-середовищі. Це означає, що люди можуть використовувати свої соціальні зв'язки та взаємодії в інтернеті для досягнення своїх цілей та розвитку своєї індивідуальної та колективної ідентичності. Він включає в себе можливість створення і підтримки мережевих зв'язків через соціальні мережі та інші онлайн-платформи. Ці зв'язки можуть бути корисними для обміну інформацією, підтримки у складних ситуаціях та спільної діяльності. Крім того, у цифровому суспільстві він може включати в себе також інші аспекти, такі як довіра до інших користувачів та спільнот, спільне участь у групових проєктах та ініціативах, а також сприяння соціальної взаємодії та спільного розвитку цінностей та ідеалів. [20]

За останні два десятиліття соціальні медіа глибоко змінили те, як люди представляють себе, спілкуються та формують особисту та соціальну

ідентичність. Цифрові платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter і TikTok, не тільки змінили динаміку соціальної взаємодії та самовираження, але й переосмислили сам процес формування особистості в епоху цифрових технологій. Ці платформи дозволяють людям ретельно керувати та транслювати різні аспекти свого життя, одночасно сприяючи інноваційним способам спілкування, побудови спільноти та саморефлексії. Як наслідок, роль соціальних медіа в конструюванні ідентичності викликає зростаючий інтерес у таких галузях, як соціологія, психологія та дослідження комунікації. Ідентичність, яку традиційно розуміють як сукупність особистих якостей, суспільних ролей і групової приналежності, колись формувалася в основному через особисту взаємодію та близькі, інтимні стосунки. Однак соціальні медіа ввели нові рівні в цей процес, створивши віртуальні простори, де окремі особи та групи переміщуються ландшафтом лайків, розповсюджень, коментарів та підписників. Онлайн-світ дає змогу людям створювати та використовувати ідентичність у плавний спосіб, часто редагований та оптимізований для загального перегляду, що створює як можливості, так і виклики. Ключовими серед цих проблем є соціальне порівняння, самопрезентація та боротьба за автентичність, оскільки люди порівнюють свою цінність та ідентичність із ідеалізованими персонажами інших в Інтернеті. [20]

Одним із значних впливів соціальних мереж на формування ідентичності є концепція самопрезентації — спосіб, у який люди свідомо чи несвідомо керують тим, як їх сприймають інші. Акт курування вмісту для загального споживання часто змушує людей вибірково висвітлювати позитивні чи бажані риси, моменти та досягнення. У результаті профілі в соціальних мережах стають «цифровими особами» або «перформансами» ідентичності, які можуть відрізнятися від особистості людини поза мережею. Ця самопрезентація тісно переплітається з соціальним порівнянням, оскільки користувачі оцінюють себе по відношенню до інших, часто за допомогою таких показників, як кількість підписників, лайків і коментарів. Це віртуальне середовище може вплинути на самооцінку, особливо

коли люди відчують тиск, змушений відповідати певним стандартам краси, тенденціям способу життя чи соціальним нормам, увічненим в Інтернеті.

Обговорення автентичності в соціальних мережах є ще одним складним аспектом формування ідентичності в епоху цифрових технологій. У той час як деякі користувачі прагнуть зобразити «справжню» версію себе, структура соціальних медіа часто стимулює відшліфований і бажаний контент. Ця напруга між автентичністю та ідеалізацією може створити внутрішній конфлікт для користувачів, оскільки вони керуються бажанням бути прийнятими та захоплюваними, залишаючись вірними собі. Таким чином, автентичність стає багатогранною концепцією, і деякі користувачі створюють окремі онлайн-персони, щоб керувати особистими, професійними та соціальними межами.

У всьому світі вплив соціальних медіа на формування особистості є різноманітним, оскільки культурні та демографічні фактори впливають на те, як люди взаємодіють із цими платформами. У західних культурах, де високо цінуються індивідуалізм і самовираження, соціальні медіа часто служать інструментом для особистого брендингу та утвердження індивідуальної ідентичності. Навпаки, в індійському суспільстві, яке традиційно цінує колективізм і орієнтовану на громаду ідентичність, у взаємодії в соціальних мережах можна виявити поєднання індивідуалістичних і колективістських проявів. Зростання кількості осіб, які впливають, і творців контенту відображає прагнення до індивідуальної видимості, але сімейні цінності, зв'язки в громаді та соціальна ієрархія залишаються невід'ємною частиною представлення ідентичності на цифрових платформах. [20]

Крім того, швидке поширення цифрових технологій і мобільного доступу до Інтернету запровадило соціальні медіа для широкого кола вікових груп, соціальних класів і сільського населення. Для багатьох людей соціальні медіа — це не лише спосіб зв'язатися з друзями та сім'єю, але й засіб брати участь у суспільних і політичних дискусіях, досліджувати нові кар'єрні можливості та

виступати за соціальні зміни. Унікальний контекст використання соціальних мереж підкреслює, як формування цифрової ідентичності формується місцевими культурними нормами, економічними можливостями та політичними структурами, які перетинаються з глобальними цифровими тенденціями.

### **Приклади соціальних медіа та формування особистості**

Вплив соціальних медіа на формування ідентичності відчувається в усьому світі, причому користувачі в різних культурах відчувають як розширюють, так і позбавляють їх можливостей. Ось деякі з найбільш помітних прикладів того, як соціальні медіа впливають на формування особистості в усьому світі:

Одним із найбільш значущих глобальних явищ у формуванні ідентичності в соціальних мережах є поява культури «інфлюенсерів», зокрема в Instagram. Інфлюенсери — особи, які отримують велику кількість прихильників завдяки кураторському вмісту, часто пов'язаному з красою, модою, подорожами чи способом життя — стали потужними агентами у формуванні стандартів краси, тенденцій і культурних норм.

Інфлюенсери створюють ретельно підібрані персонажі, представляючи ідеалізовану версію свого життя, яка сприяє бажанню способу життя. Однак тиск, пов'язаний із збереженням цих ідеальних образів, може призвести до проблем із психічним здоров'ям, таких як тривога, проблеми із зображенням тіла та виснаження. Дослідження Королівського товариства громадської охорони здоров'я (2017) показало, що Instagram був пов'язаний із вищим рівнем тривоги, депресії та поганого образу тіла, особливо серед підлітків. Це відображає складний зв'язок між самопрезентацією та автентичністю ідентичності в епоху цифрових технологій. [24]

У Сполучених Штатах платформи соціальних мереж стали центральними для формування політичної ідентичності. Соціальні медіа часто є місцем, де виражаються, обговорюються та оскаржуються політичні ідеології. Такі платформи, як Twitter, Facebook і YouTube, відіграли ключову роль у мобілізації

політичних рухів, таких як Black Lives Matter і рух #MeToo, а також посилили поляризацію політичних дискурс.

Політичні кампанії все більше поклалися на соціальні мережі для залучення виборців, а кандидати створювали свою персону та політичні платформи онлайн. Поширення дезінформації та роль соціальних медіа у створенні «ехо-камер», де люди отримують лише погляди однодумців, викликало занепокоєння щодо потенціалу соціальних медіа для поглиблення політичної поляризації та підриву демократичних процеси.

В Індії соціальні медіа мали глибокий вплив на формування ідентичності як на особистому рівні, так і в більш широкому соціокультурному контексті. Будучи однією з найбільших баз користувачів соціальних мереж у світі, взаємодія Індії з соціальними мережами була сформована її унікальними культурними, політичними та економічним ландшафт.

Кастова приналежність в Індії вже давно є визначальним фактором соціального та політичного статусу, що має суттєві наслідки для можливостей і соціальної мобільності людей. Платформи соціальних медіа надали маргіналізованим групам, таким як далити, вихід для активізму та самовираження. Такі хештеги, як #DalitLivesMatter і #CasteBasedViolence, привернули увагу до дискримінації за кастовою ознакою, надаючи людям можливість відновити свою ідентичність і боротися проти системної несправедливості.

Активісти використовували соціальні медіа як платформу, щоб кинути виклик кастовій ієрархії, мобілізувати спільноти та поширити обізнаність про насильство на основі каст. Демократизаційний ефект соціальних медіа в цьому відношенні був трансформуючим, дозволивши почути голоси далитів і змінивши дискурс навколо каст в Індії.

Twitter в Індії став простором для політичного дискурсу, де часто формується та зміцнюється політична ідентичність користувачів. Такі хештеги, як

#Justice, #FarmersProtest і #CBI Inquiry, створили цифрове поле битви, де користувачі відстоюють свою політичну позицію. Соціальні медіа як демократизували політичну участь, так і поглибили політичну поляризацію, оскільки люди дедалі частіше взаємодіють з групами однодумців.

Як і в багатьох інших країнах, Індія стала свідком зростання кількості людей, які впливають на красу, на таких платформах, як Instagram, де підібраний вміст посилює стандарти краси, пов'язані зі справедливістю, стрункістю та західними ідеалами. Однак проти цих норм зростає негативна реакція. Інфлюенсери Індії дедалі частіше використовують соціальні мережі, щоб кинути виклик традиційним стандартам краси, сприймаючи різноманітність тіла та пропагуючи інклюзивність відтінків шкіри. Ця тенденція відображена в таких кампаніях, як #DarkIsBeautiful, яка виступає за прийняття більш темних тонів родини, кидаючи виклик давньому колориту в індійському суспільстві.

### **Позитивний вплив соціальних мереж на ідентичність.**

Розширення можливостей і голос. Платформи соціальних медіа надають маргіналізованим і недостатньо представленим групам безпрецедентну можливість посилити свій голос. Через такі платформи, як Twitter, Instagram і Facebook, люди можуть ділитися своїми історіями та досвідом, сприяючи більшій видимості та сприяючи суспільним змінам. Наприклад, такі рухи, як #MeToo і #BlackLivesMatter почалися в соціальних мережах, надаючи людям можливість виступати проти переслідувань, дискримінації та несправедливості. В Індії такі рухи, як #DalitLivesMatter і #SayHerName, також набули популярності, дозволяючи людям із маргінальних спільнот виступати за зміни. Уможливіючи таке вираження, соціальні медіа відіграють вирішальну роль у розширенні можливостей цих груп, допомагаючи їм переглянути свою ідентичність і кинути виклик давнім суспільним нормам.

Негативний вплив соціальних мереж на формування особистості.

Соціальні медіа можуть чинити значний тиск на користувачів, особливо на молодих людей, щоб вони відповідали ідеалізованим образам і стилю життя. Такі платформи, як Instagram і TikTok, наголошують на візуальному контенті, де користувачі часто публікують підібрані відфільтровані зображення, які відображають лише найбільш сприятливі аспекти їхнього життя. Цей постійний контакт з ідеалізованим життям інших може призвести до почуття неадекватності, заздрості та низької самооцінки, оскільки люди порівнюють свою реальність із цими відшліфованими образами. Дослідження показують, що це може призвести до підвищеної тривоги та депресії, оскільки люди, особливо підлітки, можуть відчувати, що не можуть відповідати стандартам, встановленим впливовими людьми, знаменитостями та навіть однолітками. Крім того, гонитва за лайками, підписниками та підтвердженням онлайн може викликати звикання, через що самооцінка сильно залежить від соціального схвалення, що може завдати шкоди психічному здоров'ю.

Мережеві зв'язки в онлайн-середовищі відіграють важливу роль у формуванні та розвитку особистої ідентичності. Люди використовують соціальні мережі та інші онлайн-платформи для спілкування з різними людьми, знаходження нових друзів та колег, а також для підтримки вже існуючих стосунків. Вони можуть впливати на ідентичність через різні механізми. Наприклад, вони можуть допомагати людям збирати нові знання та досвід, що впливає на їхні відчуття компетентності та самостійності. Також мережеві зв'язки можуть створювати можливості для самовираження та виявлення власних інтересів, що сприяє формуванню унікальної особистої ідентичності. Впливають на психологічний стан людини та її відносини з іншими. Наприклад, підтримка від друзів та знайомих у соціальних мережах може підвищити самооцінку та відчуття психологічного комфорту. Також важливим є взаємодія з різними соціальними групами, що дозволяє розширювати світогляд та розуміння різноманітності. Тобто мережеві зв'язки в онлайн-середовищі мають значний вплив на формування та розвиток особистої ідентичності, допомагаючи людям

виявляти свої інтереси, розширювати коло спілкування та підтримувати психологічний комфорт.

Такі зв'язки також можуть впливати на формування особистої ідентичності через процес самоідентифікації. Вони дозволяють людям порівнювати себе з іншими та визначати свої унікальні риси та характеристики. Цей процес може сприяти розвитку самосвідомості та відчуття власної унікальності. Крім того, вони можуть стати джерелом підтримки та допомоги в складних ситуаціях, що може позитивно впливати на самооцінку та відчуття власної значущості. Наприклад, отримання підтримки від друзів чи спільноти у важливий момент може зміцнити віру в себе та збільшити впевненість у власних силах.

Також важливим є вплив мережевих зв'язків на формування соціальної ідентичності, тобто відчуття належності до певної соціальної групи чи спільноти. Участь у спільноті у соціальних мережах може змінювати спосіб, яким людина бачить себе та своє місце в суспільстві. Отже, мережеві зв'язки в цифровому суспільстві відіграють важливу роль у формуванні та розвитку особистої ідентичності, сприяючи самовиявленню, самоідентифікації та соціальній інтеграції. Вплив на формування особистої ідентичності через процес самоідентифікації. Вони дозволяють людям порівнювати себе з іншими та визначати свої унікальні риси та характеристики. Цей процес може сприяти розвитку самосвідомості та відчуття власної унікальності.

Мережеві зв'язки можуть стати джерелом підтримки та допомоги в складних ситуаціях, що може позитивно впливати на самооцінку та відчуття власної значущості. Наприклад, отримання підтримки від друзів чи спільноти у важливий момент може зміцнити віру в себе та збільшити впевненість у власних силах. Важливим є вплив мережевих зв'язків на формування соціальної ідентичності, тобто відчуття належності до певної соціальної групи чи спільноти. Участь у спільноті у соціальних мережах може змінювати спосіб, яким людина бачить себе та своє місце в суспільстві. В цифровому суспільстві вони відіграють

важливу роль у формуванні та розвитку особистої ідентичності, сприяючи самовиявленню, самоідентифікації та соціальній інтеграції, а також можуть мати глибокий вплив на формування особистої ідентичності через різноманітні можливості взаємодії та спілкування. Вони дозволяють людям не лише спілкуватися з різними людьми з усього світу, але й знаходити спільні цінності та інтереси, що сприяє формуванню відчуття приналежності до певних груп та спільнот. Завдяки ним, люди можуть відкривати для себе нові ідеї, отримувати підтримку та натхнення від інших, а також спільно працювати над вирішенням важливих проблем. Це сприяє розвитку креативності та самовираження, що є важливим для формування і утвердження особистої ідентичності.

Від них йде допомога людям розширювати свій кругозір та розуміння світу, взаємодіяти з представниками різних культур та традицій. Це сприяє розвитку толерантності та відкритості до нового, що також впливає на формування особистої ідентичності. У формуванні та розвитку особистої ідентичності, сприяючи самовираженню, розвитку креативності та розширенню світогляду.

Вплив цифрових контактів на професійну та особисту ідентичність може бути значним у сучасному цифровому суспільстві. Онлайн-комунікація дозволяє людям будувати та утримувати професійні та особисті зв'язки з колегами, друзями та рідними навіть на відстані. Це може сприяти вирішенню бізнес-завдань, розвитку кар'єри та досягненню особистих цілей. Цифрові контакти можуть впливати на формування ідентичності через взаємодію з різними соціальними групами та спільнотами. Участь у фахових форумах, спільнотах або соціальних мережах дозволяє людям відчувати себе частиною спеціалізованої групи та розвивати свої професійні інтереси та компетенції. З іншого боку, зліва ризики, пов'язані з цифровими контактами, такі як можливість конфліктів, інформаційна перенасиченість або втрата приватності. Такі негативні аспекти можуть впливати на психологічний стан та самопочуття людини, що в свою чергу може відобразитися на її професійній та особистій ідентичності. У цілому, цифрові контакти мають складний вплив на професійну та особисту ідентичність, що

залежить від способу їх використання та індивідуальних особливостей кожної людини. Вони можуть стати важливим інструментом для розвитку та самореалізації, але водночас потребують обережного та свідомого підходу.

Цифрові контакти можуть впливати на професійну ідентичність шляхом розширення можливостей для навчання та професійного зростання. Вони дозволяють легко знаходити та спілкуватися з експертами у своїй галузі, обмінюватися досвідом та навичками, що сприяє розвитку професійних компетенцій та підвищенню професійного рівня. Також цифрові контакти можуть впливати на особисту ідентичність через можливість виражати свої думки та почуття у віртуальному середовищі. Соціальні мережі та блоги дозволяють людям будувати своє унікальне онлайн-образ та спілкуватися зі світом, що може позитивно впливати на самовираження та самопізнання.

Проте, важливо пам'ятати про можливі ризики цифрових контактів, такі як втрата конфіденційності та ризик психологічного стресу через негативний зворотний зв'язок або конфлікти в мережі. Тому важливо вміти раціонально використовувати ці можливості та бути уважним до своєї онлайн-активності. У цілому, цифрові контакти можуть бути корисним інструментом для розвитку професійної та особистої ідентичності, але вимагають уважного та обережного використання. Цифрові контакти можуть впливати на формування професійної та особистої ідентичності через створення нових можливостей для спілкування, співпраці та самореалізації. Вони дозволяють людям знаходити спільні цінності та інтереси з іншими, що сприяє зближенню та взаєморозумінню.

Завдяки цифровим контактам, люди можуть створювати свої професійні та особисті мережі, які допомагають у вирішенні проблем, пошуку нових можливостей та підтримці в складних ситуаціях. Також цифрові контакти можуть стати джерелом нових ідей та інновацій, що сприяє розвитку та самовдосконаленню. Проте важливо усвідомлювати, що цифрові контакти можуть мати і негативний вплив на формування ідентичності. Наприклад, постійне

порівняння себе з іншими у соціальних мережах може призвести до почуття невдоволеності своїм життям та власною особистістю. Цифрові контакти мають складний вплив на формування професійної та особистої ідентичності. Вони можуть бути корисним інструментом для розвитку та самовиявлення, але водночас вимагають уважного та обережного використання.

У контексті онлайн-ідентичності теорія соціального капіталу виявляється важливим фактором у формуванні та розвитку ідентичності особистості. Ця теорія вказує на те, що взаємодія та спілкування з іншими людьми сприяють розвитку суспільства та самої особистості. У цифровому світі соціальний капітал може бути представлений через онлайн-соціальні мережі, форуми та інші платформи, де люди обмінюються ідеями, досвідом та підтримкою. Цифрові технології дозволяють зробити комунікацію більш доступною та швидкою, що сприяє розвитку віртуальних спільнот та збільшенню можливостей для самовираження. Онлайн-середовище дозволяє людям відчувати себе частиною чогось більшого, знаходити спільні цінності та інтереси, що сприяє формуванню та підтримці їхньої ідентичності. Однак важливо розуміти, що цифрові контакти можуть мати і негативні наслідки, такі як втрата приватності, негативний вплив на психічне здоров'я та сприяти поширенню фейкової інформації. Тому важливо усвідомлювати ризики та вміти правильно використовувати ці можливості для розвитку своєї ідентичності.

Теорія соціального капіталу в контексті онлайн-ідентичності підкреслює важливість взаємодії та спілкування у цифровому середовищі для формування та розвитку ідентичності. Це підкреслює необхідність уважного та свідомого використання цифрових технологій для збереження позитивного впливу соціального капіталу на індивіда.

## 2.4 Медіа-грамотність та критичне мислення у формуванні віртуальної ідентичності

Медіа-грамотність в цифровому середовищі є ключовим фактором у формуванні віртуальної ідентичності, оскільки вона допомагає людям розуміти та аналізувати інформацію, яку вони зустрічають в Інтернеті. Вміння критично оцінювати новини, відсіювати фейкові та маніпулятивні матеріали є важливим для того, щоб уникнути негативного впливу медіа на свою ідентичність. Вона допомагає усвідомлювати власні цінності та переконання у контексті віртуального середовища. Вона сприяє розвитку критичного мислення, що дозволяє аналізувати власні дії та вибори в онлайні та їх вплив на ідентичність.

Навички медіа-грамотності також допомагають у збереженні приватності та безпеки в інтернеті, що є важливим для створення позитивного та безпечного інтернет-досвіду. Таким чином, розвиток медіа-грамотності є важливим елементом у формуванні віртуальної ідентичності, яка відповідає особистим цінностям та ідеалам. В цифровому середовищі також сприяє розвитку емоційного інтелекту та емпатії. Вміння розрізняти правдиву інформацію від маніпуляцій та фейкових новин допомагає будувати здорові та обґрунтовані відносини з іншими у віртуальному просторі. А також сприяє розвитку креативності та самовираження. Люди, які вміють ефективно користуватися цифровими медіа, можуть створювати власний контент, висловлювати свої думки та ідеї через відео, фотографії та текст.

Загалом, медіа-грамотність в цифровому середовищі є важливим елементом для успішної адаптації у сучасному інформаційному суспільстві та формування віртуальної ідентичності, що відповідає потребам та цінностям кожної особистості.

В цифровому середовищі є не лише набором навичок, але й своєрідним фільтром для інформації, яку ми сприймаємо. Вона допомагає нам усвідомлювати мотивації та цілі, які стоять за певними повідомленнями, а також розпізнавати спроби маніпуляції або впливу на нашу психологічну та емоційну стійкість. Медіа-грамотність також є ключовою для розвитку критичного мислення, яке є важливим у нинішньому світі перевищення інформаційного шуму та фільтрації правдивої інформації від фейкової. Ці навички є важливими не лише для формування віртуальної ідентичності, але й для успішного функціонування у сучасному інформаційному суспільстві.

Критичне мислення є ключовим інструментом у протидії маніпуляціям в цифровому середовищі. Вміння аналізувати інформацію, перевіряти її достовірність та розрізняти об'єктивні факти від спотворених даних дозволяє людині уникати психологічного впливу та захищати свою віртуальну ідентичність від негативного впливу. Критичне мислення також допомагає розуміти мотивації за інформаційними повідомленнями та розпізнавати можливі спроби маніпуляції аудиторією. Вміння аналізувати контент з різних джерел та критично ставитися до нього дозволяє створювати більш об'єктивну картину світу та захищати свою ідентичність від негативних впливів. У цілому, критичне мислення є важливим компонентом медіа-грамотності, який допомагає людині розуміти, аналізувати та оцінювати інформацію, що надходить до неї через різні медіа-канали. Це дозволяє не лише захищати себе від маніпуляцій, але й будувати свою віртуальну ідентичність на основі об'єктивної та достовірної інформації.

Таке мислення у цифровому середовищі також допомагає уникати попадання під вплив емоційного маніпулювання. Здатність аналізувати інформацію об'єктивно та критично допомагає зберігати психологічний комфорт у віртуальному середовищі та уникати неправдивої або маніпулятивної інформації. А також воно сприяє розвитку самосвідомості та самоконтролю. Люди, які вміють аналізувати інформацію та приймати обґрунтовані рішення, зазвичай краще розуміють себе, свої цінності та мотивації, що відіграє важливу

роль у формуванні віртуальної ідентичності. Критичне мислення є необхідним компонентом медіа-грамотності та важливим інструментом у протидії маніпуляціям у цифровому середовищі. Вміння аналізувати інформацію, розрізняти факти від спотворень та розуміти мотивації за певними повідомленнями дозволяє будувати об'єктивну та стійку віртуальну ідентичність.

У контексті медіа-грамотності також сприяє розвитку вміння адаптуватися до швидко змінюючого цифрового середовища. Здатність аналізувати нові медіа-технології та їх вплив на суспільство дозволяє підтримувати відкритий розум та швидко адаптацію до нових викликів та можливостей, які вони приносять. Але й воно допомагає усвідомлювати власні вподобання та ставлення до медіа-контенту. Люди, які вміють аналізувати інформацію критично, здатні обирати те, що вони споживають, на основі власних цінностей та переконань, що є важливим у формуванні віртуальної ідентичності. Таким чином, в контексті медіа-грамотності є ключовим компонентом у формуванні стійкої та обґрунтованої віртуальної ідентичності. Вміння аналізувати, оцінювати та розуміти медіа-контент допомагає зберігати психологічний комфорт у цифровому середовищі та будувати стійку позицію в онлайні.

Фейкові новини та дезінформація можуть мати великий вплив на формування особистої ідентичності в цифровому середовищі. Ці явища можуть спричиняти негативні емоції, втрату довіри до інформації та навіть зміну поглядів і переконань особистості. [21]

По-перше, фейкові новини можуть призвести до спотворення уявлень людини про світ навколо неї. Якщо інформація, яку вона сприймає як правдиву, насправді є хибною або придуманою, це може призвести до формування неправильних уявлень та переконань.

По-друге, дезінформація може впливати на самооцінку особистості та її ставлення до себе. Наприклад, якщо людина постійно зіштовхується з

негативними новинами про свій соціальний статус або зовнішній вигляд, це може призвести до почуття незадоволення собою та негативного ставлення до власної особистості.

Важливо розвивати медіа-грамотність та критичне мислення, щоб уникати впливу фейкових новин та дезінформації на свою віртуальну ідентичність. Вміння критично оцінювати інформацію та розрізняти правдиву інформацію від маніпулятивної є важливими навичками у цифровому світі.

Фейкові новини та дезінформація можуть також впливати на міжособистісні відносини та спричиняти конфлікти між людьми. Якщо одна людина сприймає фейкову інформацію як правдиву, це може призвести до непорозумінь та конфліктів з оточуючими. Такі ситуації можуть впливати на соціальну ідентичність особистості та спричиняти втрату довіри до інших людей. Вони можуть викликати емоційні реакції, такі як обурення, страх або паніка, що може впливати на психічне здоров'я та емоційний стан особистості. Такі емоційні реакції можуть впливати на формування психологічної ідентичності та спричиняти стресові ситуації.

Можна зрозуміти що важливо розвивати критичне мислення та медіа-грамотність для захисту від впливу фейкових новин та дезінформації. Розуміння та усвідомлення цих явищ допомагає зберегти психологічний комфорт та стабільність у віртуальному середовищі, що є важливим для формування стійкої та здорової віртуальної ідентичності. Фейкові новини та дезінформація можуть також впливати на віру у демократичні цінності та інституції. Якщо люди постійно зіштовхуються з маніпулятивною інформацією, це може призвести до втрати віри у демократичні процеси та роз'єднання в суспільстві. Такий вплив може мати серйозні наслідки для формування колективної ідентичності та соціальної стабільності. Крім того, фейкові новини можуть стати причиною моральних дилем та етичних питань. Наприклад, якщо людина вірить у фейкову інформацію про інших людей або групи, це може призвести до стереотипізації та

дискримінації. Такі ситуації можуть впливати на моральні цінності та віру в справедливість у суспільстві.

Боротьба з фейковими новинами та дезінформацією є важливою складовою медіа-грамотності та критичного мислення. Розуміння та усвідомлення цих явищ допомагає зберегти психологічний комфорт та стабільність у віртуальному середовищі, що є важливим для формування стійкої та здорової віртуальної ідентичності.

Медіа-грамотність та критичне мислення є ключовими аспектами у формуванні стійкої та обґрунтованої віртуальної ідентичності. У цифровому світі, де інформація поширюється швидко і масово, важливо вміти аналізувати та критично оцінювати її. Медіа-грамотність допомагає розуміти, як працюють різні медіа-формати, та розпізнавати маніпуляції та фейкову інформацію.

Критичне мислення дозволяє ставитися до інформації об'єктивно та аналізувати її з різних точок зору. Це важливо для формування власних поглядів і переконань, а також для уникнення впливу маніпулятивної інформації. Вміння відділяти факти від спекуляцій та розпізнавати дезінформацію є важливими вміннями в цифровому світі.

Таким чином, розвиток медіа-грамотності та критичного мислення є необхідним для кожної людини, яка бажає зберегти свою віртуальну ідентичність вільною від маніпуляцій та негативного впливу. Ці навички допомагають будувати обґрунтовану позицію в інтернеті та захищати себе від впливу фейкових новин та дезінформації.

### *Висновки до розділу 2*

Розділ "Медіа-середовища та їх вплив на ідентичність: теоретичні підходи і моделі" висвітлив важливі аспекти впливу медіа-середовища на формування ідентичності у цифровому суспільстві. Аналізуючи теоретичні концепції та

моделі, виявлено, що медіа-середовище має значний вплив на формування індивідуальної та колективної ідентичності.

Визначили, що віртуальні спільноти є важливим елементом соціального взаємодії у цифровому середовищі. Вони допомагають людям знаходити спільні цінності та інтереси, що впливає на їхню ідентичність.

Аналізуючи роль Facebook, Instagram, Twitter у формуванні особистих брендів, було виявлено, що ці платформи стають все більш важливими для визначення особистої ідентичності через взаємодію з іншими користувачами та публікацію власного контенту. Визначено, що мережеві зв'язки та взаємодія в онлайн-середовищі мають велике значення для формування особистої ідентичності та сприяють самопрезентації у віртуальному просторі.

Соціальні медіа є потужною силою у формуванні сучасної ідентичності, пропонуючи безпрецедентні можливості для розширення можливостей, творчості та зв'язку, водночас створюючи значні проблеми з точки зору психічного здоров'я, автентичності та соціального порівняння. У міру того, як люди стикаються зі складнощами презентації та використання своєї особистості в Інтернеті, вони відчують як позитивні, так і негативні наслідки, які впливають на те, як вони бачать себе та інших. Довгострокові наслідки соціальних медіа для формування ідентичності ще не повністю зрозумілі, але очевидно, що ці цифрові платформи змінили ландшафт самовираження та суспільних норм. Розуміння та вирішення як розширення можливостей, так і потенційно шкідливих аспектів соціальних медіа має важливе значення, оскільки суспільство продовжує інтегрувати ці платформи в повсякденне життя. Потенціал розвитку позитивної ідентичності полягає в уважному використанні соціальних медіа та заохоченні платформ для створення сприятливого інклюзивного середовища, яке надає пріоритет справжньому самовираженню та психічному благополуччю.

У контексті цього дослідження важливо підкреслити, що медіа-середовище не лише відображає існуючі соціальні процеси, а й активно спрямовує їх розвиток. Це стосується як впливу медіа на індивідуальну ідентичність, так і на формування колективних цінностей та норм. Медіа визначають, які теми стають актуальними для обговорення, які ідеали та стереотипи поширюються, а також впливають на сприйняття реальності та самих себе учасниками суспільства.

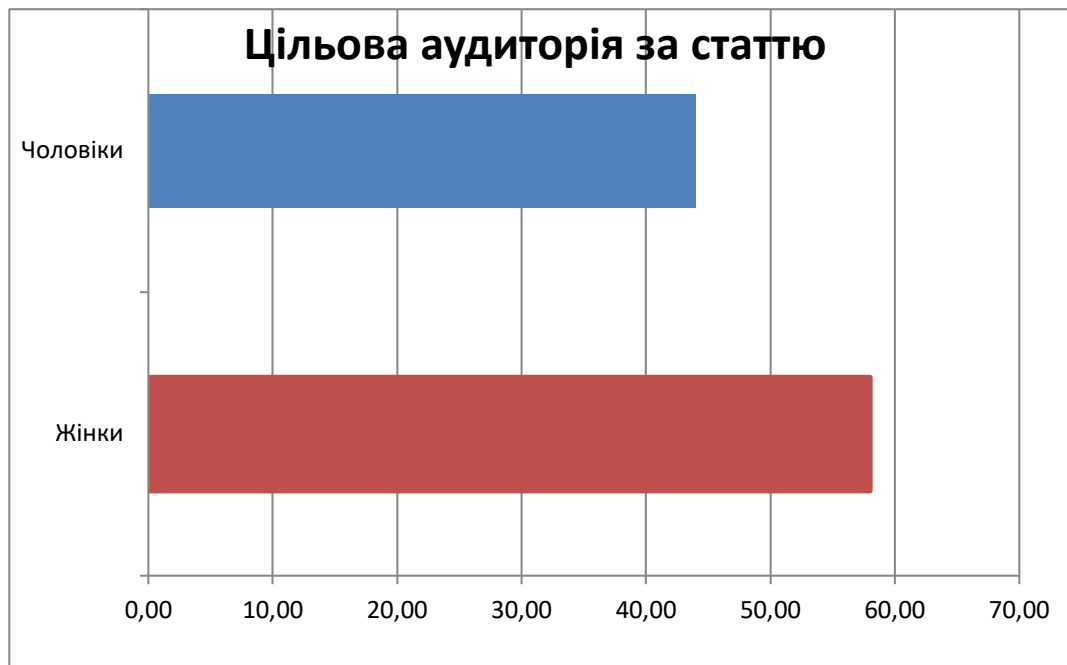
Тому важливою є роль освіти та розвитку медіа-грамотності у суспільстві. Люди повинні мати можливість критично оцінювати інформацію, яку вони споживають через медіа, розрізняти об'єктивні факти від спекуляцій та маніпуляцій. Це допоможе зберегти інтелектуальну та соціальну незалежність, а також сприятиме формуванню більш обґрунтованих та стійких ідентичностей в умовах постійних змін у цифровому середовищі.

### **Розділ 3. Емпіричне дослідження формування ідентичності через інтернет-комунікації: методи, результати, рекомендації**

Сучасне цифрове суспільство формує унікальні умови для конструювання та існування віртуальної ідентичності, яка стала невід'ємною складовою самовираження й соціальної взаємодії. Якщо у попередніх розділах було розглянуто теоретичні аспекти формування ідентичності та психологічні механізми, що впливають на цей процес у цифровому середовищі, то цей розділ зосереджується на детальному аналізі феномена віртуальної ідентичності.

Віртуальна ідентичність є багатоаспектним поняттям, яке охоплює самопрезентацію в цифровому просторі, інтеграцію реальних і віртуальних аспектів "я", а також способи адаптації особистості до мінливих умов онлайн-середовища. Вивчення цього феномена є важливим для розуміння не лише того, як людина сприймає себе в цифровому просторі, але й як це впливає на її реальну поведінку, соціальні зв'язки та професійний розвиток. Розділ спрямований на дослідження основних особливостей віртуальної ідентичності, її відмінностей від реальної ідентичності, взаємодії цих двох форм та їхнього впливу одна на одну. Особлива увага приділяється механізмам самопрезентації, які дозволяють особистості керувати своїм образом у мережі, а також викликам, пов'язаним із анонімністю, фрагментованістю та соціальними впливами віртуальних середовищ.

Цільовою аудиторією опитування є 102 студенти віком 18–25 років, які навчаються у провідних вищих навчальних закладах Харкова: Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна, Харківському національному педагогічному університеті імені Г. С. Сковороди та Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут». Основним критерієм відбору є наявність у студентів професійних інтересів, пов'язаних із цифровізацією та майбутньою діяльністю в сфері цифрових технологій. З усіх опитаних 58 людей - це жінки, а 44 - чоловіки.



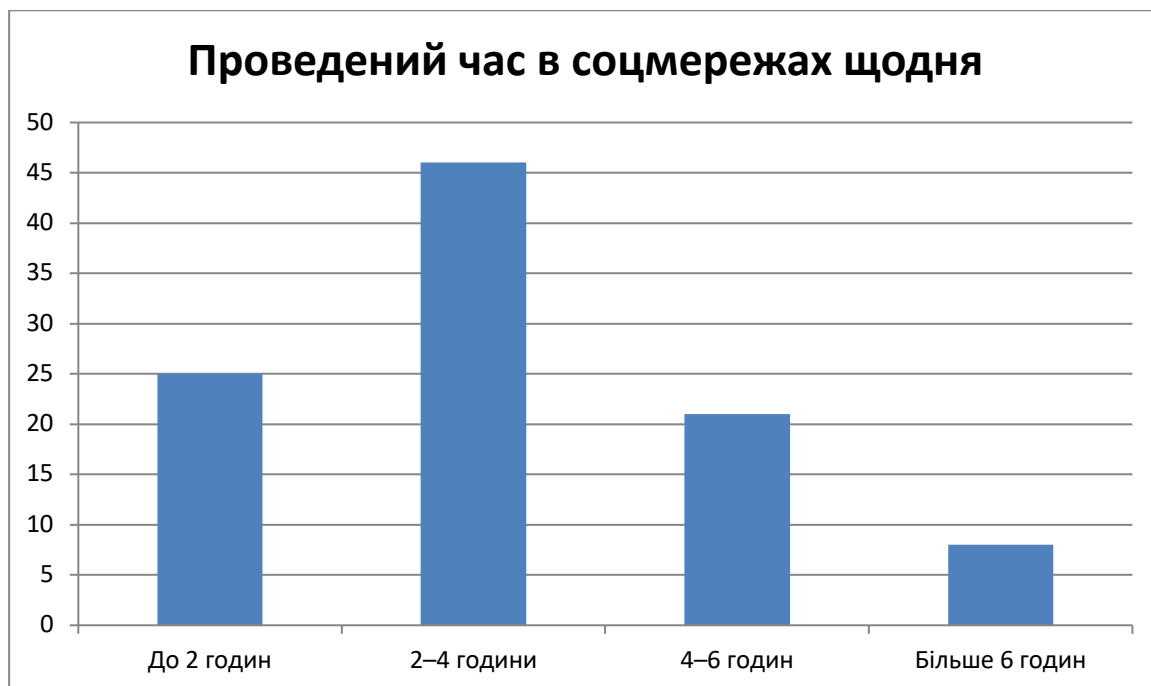
Вибір саме цієї аудиторії обумовлений кількома факторами. По-перше, Харків є важливим освітнім і технологічним центром України, який пропонує широкий спектр спеціальностей, пов'язаних із інформаційними технологіями, інженерією, медіакомунікаціями та іншими дотичними до цифровізації галузями. По-друге, студенти цього вікового діапазону є активними користувачами цифрових технологій і соціальних мереж, що робить їх ідеальним прикладом для аналізу впливу цифрового середовища на формування їхньої ідентичності.

Ця аудиторія характеризується високою залученістю до процесів цифрової трансформації. Студенти активно використовують онлайн-ресурси для навчання, участі в професійних форумах, самопрезентації через соціальні мережі та створення власних кар'єрних планів. Їхні цінності, переконання та поведінкові моделі формуються під впливом інформації, яку вони отримують із цифрового середовища.

Завдяки опитуванню цієї групи стало можливим вивчити взаємозв'язок між активністю студентів у віртуальному просторі та формуванням їхньої професійної ідентичності. Результати дослідження також сприятимуть глибшому розумінню того, як цифрові інструменти впливають на процес самопрезентації, встановлення професійних зв'язків і розвиток кар'єрних уявлень у молодих фахівців.

### **Частота та інтенсивність використання цифрових технологій**

Більшість респондентів (74) зазначили, що проводять у цифровому середовищі понад 4 години на день. Це вказує на високу інтегрованість цифрових технологій у їхнє щоденне життя. Серед основних платформ, які вони використовують, були названі соціальні мережі (Instagram, Telegram), освітні ресурси (Coursera, Khan Academy), а також професійні сервіси для комунікації (Slack, Microsoft Teams). Така активність демонструє, що студенти не лише споживають інформацію, а й активно створюють контент, займаються саморозвитком та нетворкінгом.



Аналіз кількості часу, проведеного студентами в соціальних мережах, виявив низку цікавих тенденцій. Більшість респондентів проводять у соцмережах від 2 до 4 годин на день. Значна частина студентів зазначає, що цей час розподіляється між навчанням, спілкуванням і розвагами. Проте майже 22 опитаних проводять у соцмережах понад 6 годин на день, що може вказувати на залежність або використання платформ як основного джерела взаємодії з інформацією та соціальним оточенням.

Цікаво, що студенти з більш вираженими професійними інтересами схильні використовувати соціальні мережі більш цілеспрямовано, наприклад, для саморозвитку або встановлення професійних контактів. LinkedIn, Telegram-канали та освітні спільноти в Instagram були названі ключовими платформами для отримання професійної інформації. Водночас платформи, як-от TikTok та Facebook, частіше асоціюються з розвагами та відпочинком.

Для багатьох студентів час, проведений у соцмережах, пов'язаний із підтримкою свого іміджу в інтернеті. Близько 70 респондентів зазначили, що регулярно переглядають і редагують свої профілі, стежать за коментарями та

лайками. Також помітно, що студенти схильні до «скролінгу» новинних стрічок, що забирає значну частину їхнього часу, але не завжди дає практичну користь.

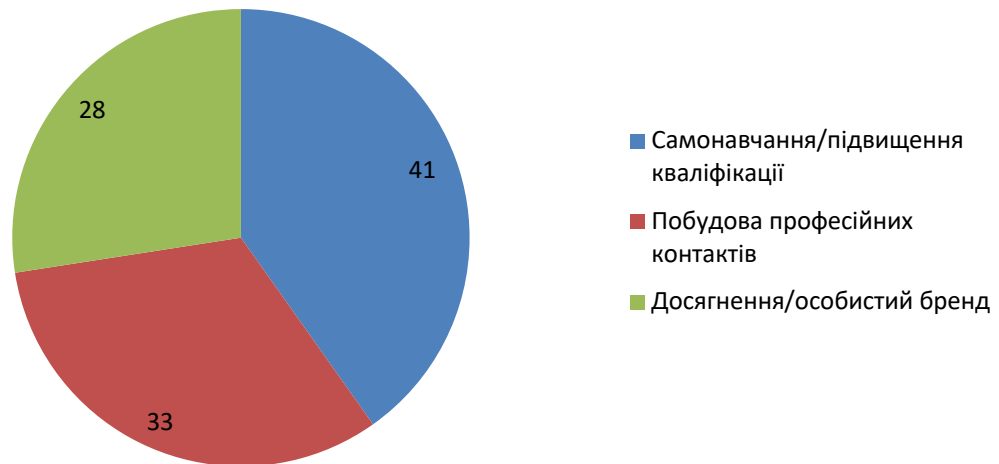
Серед негативних наслідків тривалого перебування у соцмережах студенти відзначали втому, зниження концентрації уваги та негативні емоційні стани через порівняння себе з іншими. Більшість учасників опитування визнали, що хотіли б зменшити цей час, але зазначають складнощі через навчальні чи соціальні вимоги.

Ці дані підкреслюють важливість розвитку цифрової гігієни серед молоді. Заохочення до усвідомленого використання соціальних платформ може допомогти студентам не лише зберегти баланс між онлайн і реальним життям, але й використовувати соцмережі ефективніше для досягнення своїх цілей.

### **Мета використання цифрових технологій**

На питання щодо цілей використання цифрових технологій 41 респондентів відповіли, що вони використовують цифрові інструменти для самонавчання та підвищення кваліфікації. 33 наголосили на значенні соціальних мереж для побудови професійних контактів, а 28 відзначили, що цифрові платформи допомагають їм презентувати свої досягнення або особистий бренд. Це підтверджує, що сучасні студенти сприймають цифрові технології не лише як засіб розваги, а й як інструмент професійного розвитку.

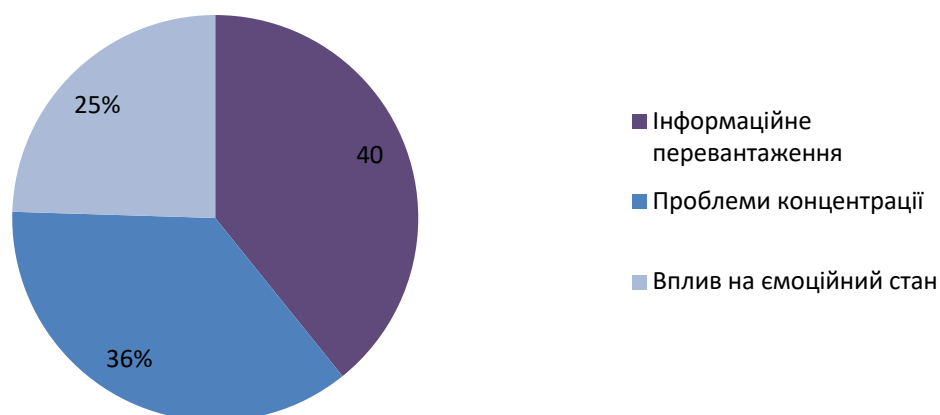
## Цілі використання цифрових технологій



### Виклики та труднощі у використанні цифрових технологій

Студенти також зазначили труднощі, з якими стикаються у процесі використання цифрових технологій. Наприклад, 40 студентів відчувають інформаційне перевантаження через надмірну кількість контенту, 37 мають труднощі з підтриманням концентрації через використання гаджетів, а 25 зазначили, що відчувають негативний вплив соціальних мереж на їхній емоційний стан. Це вказує на потребу у навчанні ефективного використанню цифрових ресурсів і техніках цифрової гігієни.

## Труднощі використання цифрових технологій



### Рівень технічної обізнаності

Цікавим є факт, що 80 респондентів вважають себе впевненими користувачами цифрових технологій. Водночас 22 зізналися, що потребують додаткових навичок у використанні певних спеціалізованих програм або платформ, зокрема таких, як аналітичні інструменти або програмне забезпечення для управління проектами.

Із цього блоку опитування можна дійти висновку, що студенти активно залучені до використання цифрових технологій для розвитку своїх професійних компетенцій, але водночас стикаються з певними психологічними та технічними труднощами. Це відкриває можливості для розвитку навчальних програм і тренінгів, які б сприяли їхньому ефективнішому використанню технологій, а також підтримували б емоційне благополуччя у цифровому середовищі.

### Галузі професійного інтересу

Більшість респондентів (60) висловили зацікавлення в таких сферах, як інформаційні технології, програмування та розробка програмного забезпечення. 30 опитаних акцентували увагу на сфері цифрового маркетингу та аналітики, що

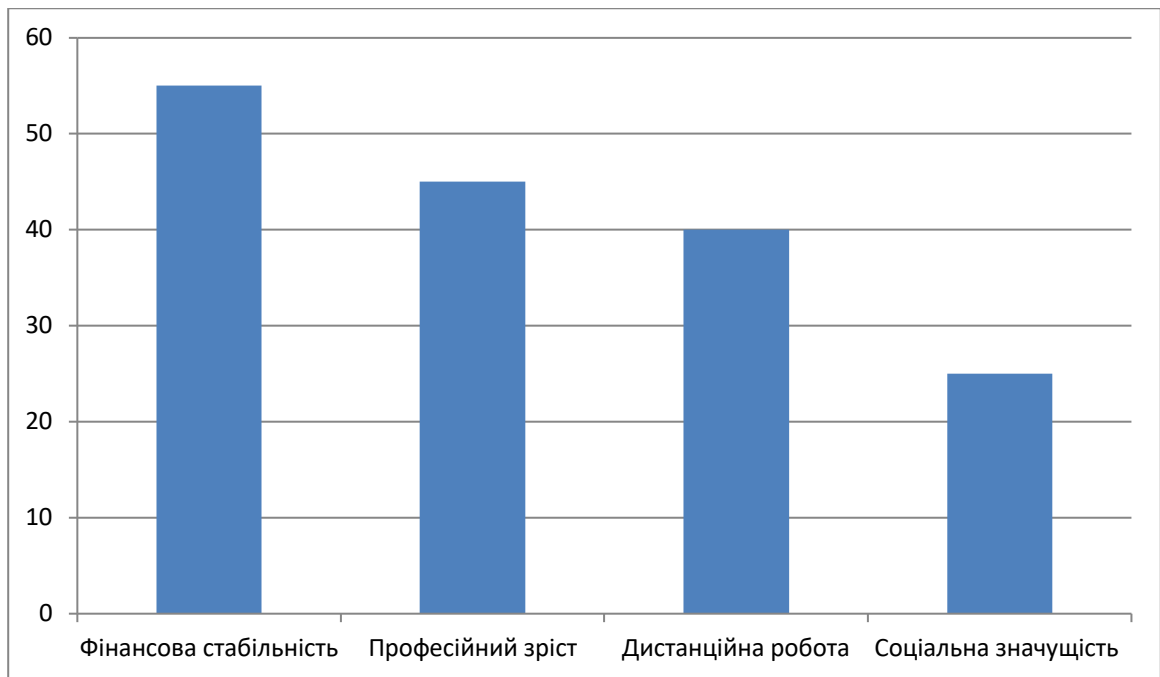
вказує на їхній інтерес до роботи з даними, SMM та комунікаційними стратегіями. Окремі групи студентів (12) обрали дизайн, творчі цифрові професії або освітні проєкти у сфері технологій.



### Кар'єрні пріоритети

На питання щодо основних кар'єрних пріоритетів більшість студентів відповіла наступним чином:

- 55 відзначили важливість **фінансової стабільності** та конкурентної заробітної плати;
- 45 наголосили на **можливостях професійного росту** та навчання новим навичкам;
- 40 вказали, що шукають роботу, яка дозволить їм **працювати дистанційно**;
- 25 акцентували на **соціальній значущості** майбутньої діяльності, наприклад, участі в екологічних або освітніх ініціативах.



### **Вплив цифрового суспільства на пріоритети**

Цікаво, що 68 респондентів вважають, що цифровізація робить їхні професійні перспективи більш гнучкими. Вони високо оцінюють можливість працювати над міжнародними проектами без фізичного переміщення. Разом із тим 34 відчують тиск через високий рівень конкуренції у сфері технологій, що стимулює їх постійно вдосконалювати свої навички.

Вплив цифрового суспільства суттєво змінив пріоритети сучасної молоді, включаючи студентів, що відображається у всіх аспектах їхнього життя — від навчання та професійного розвитку до соціальних взаємин і особистісного становлення. Оцифрування світу зумовило переорієнтацію на швидкий доступ до інформації, нові форми комунікації, а також зміни в цінностях і поведінкових моделях.

Одним із ключових аспектів впливу цифрового суспільства є посилена увага до саморозвитку та професійного зростання через доступ до освітніх ресурсів, платформ для онлайн-курсів і можливостей нетворкінгу. Молодь дедалі частіше робить ставку на розвиток своїх цифрових навичок, адже вони вважаються необхідними для побудови успішної кар'єри в умовах сучасного ринку праці.

Соціальні мережі та професійні платформи, такі як LinkedIn, стають невід'ємною частиною професійної стратегії багатьох студентів.

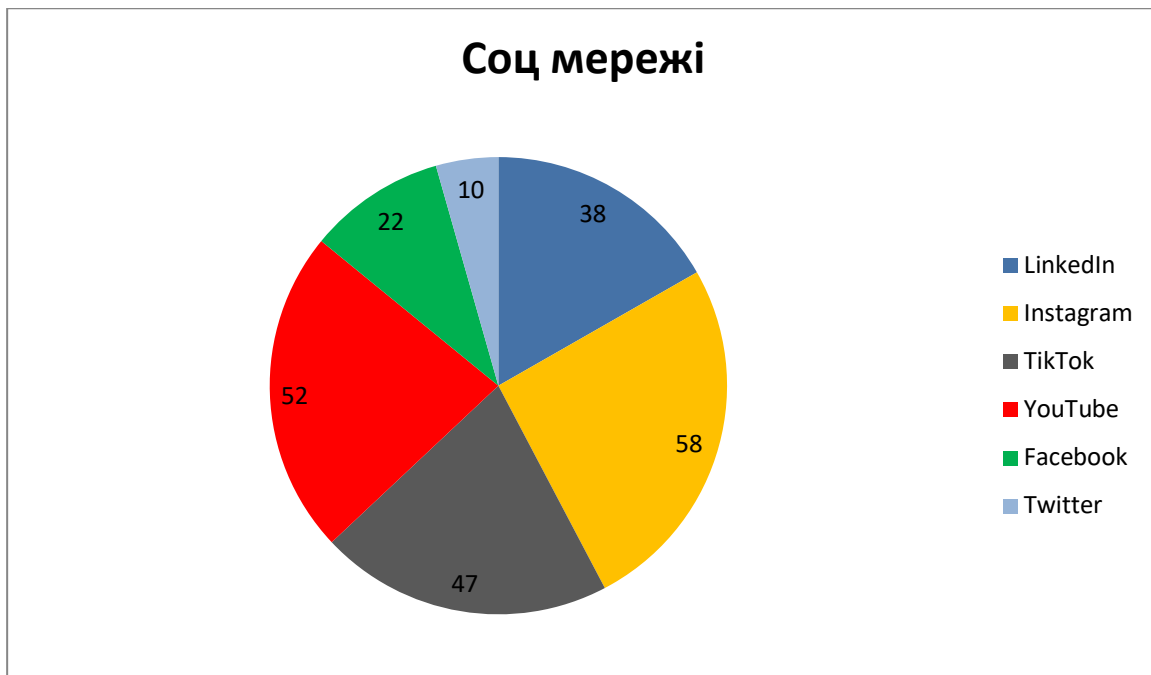
Пріоритети в міжособистісних стосунках також зазнали змін. У цифровому суспільстві молодь все більше схильна до підтримки зв'язків у віртуальному форматі, аніж у реальному житті. Це дозволяє розширювати коло контактів, але також часто спричиняє поверховість взаємин. Для багатьох студентів значення мають не лише реальні досягнення, але й те, як вони сприймаються в соціальних мережах, що зумовлює зростання інтересу до побудови персонального бренду.

Цифрове середовище також формує нові ціннісні орієнтири. Швидкість змін і новизна стають важливими для покоління Z, яке прагне до постійного оновлення інформації, нових вражень та інтерактивного навчання. Це змінює підхід до сприйняття знань — молодь цінує короткий, структурований та візуально привабливий контент. Водночас вплив цифрового суспільства створює ризики для емоційного здоров'я, наприклад, через соціальне порівняння або страх упустити щось важливе.

Загалом, вплив цифрового суспільства формує покоління, для якого ключовими пріоритетами стають адаптивність, швидке навчання, цифрова грамотність і готовність до змін. Однак ці зміни вимагають також розвитку критичного мислення та навичок управління часом, щоб уникнути негативних наслідків надмірного використання цифрових технологій.

### **Джерела мотивації та роль моделей**

Опитування також виявило значний вплив соціальних мереж і цифрового контенту на формування професійних інтересів. 70 студентів зазначили, що вони активно стежать за професіоналами в їхній сфері через LinkedIn, YouTube або Instagram, черпаючи натхнення від їхніх історій успіху. Водночас 32 висловили побоювання щодо ефекту порівняння себе з іншими, що іноді призводить до зниження самооцінки.



## Основні виклики

В опитуванні також розглядалися виклики, з якими стикаються студенти в реалізації своїх професійних цілей. До основних проблем вони віднесли:

- відсутність чіткого плану кар'єри (42 респондентів);
- брак фінансових ресурсів для навчання (35 респондентів);
- недостатній рівень знань або досвіду в певній сфері (25 респондентів).

Аналіз відповідей показує, що професійні інтереси сучасних студентів значною мірою орієнтовані на сфери, які пропонують гнучкі умови праці, швидке навчання новим навичкам та можливість працювати з інноваціями. Однак, попри оптимістичні очікування, студенти стикаються з низкою викликів, які потребують адресної підтримки, таких як кар'єрне консультування, фінансова допомога для навчання або розвиток навичок роботи в конкурентному середовищі.

Опитування студентів Харківських університетів щодо самопрезентації та формування ідентичності в цифровому середовищі дало змогу виявити, як сучасна молодь сприймає і розвиває свою віртуальну ідентичність. Це питання є

особливо актуальним, оскільки цифрові платформи стали ключовим інструментом для представлення себе як в особистій, так і професійній площинах.

### **Стратегії самопрезентації**

За результатами опитування, **78 студентів** активно використовують соціальні мережі для створення власного образу, який би відповідав їхнім очікуванням або уявленням про ідеальне "я". Серед найпоширеніших стратегій самопрезентації було названо:

- **Ідеалізація контенту:** 65 респондентів публікують ретельно підібрані фотографії та пости, що підкреслюють їхні позитивні якості.
- **Адаптація до аудиторії:** 49 зазначили, що вони змінюють стиль або тон публікацій залежно від цільової аудиторії (друзі, колеги, професійні контакти).
- **Використання псевдонімів:** 30 студентів воліють залишатися частково анонімними, особливо на платформах, орієнтованих на особистий контент, таких як Instagram чи TikTok.

### **Роль віртуальної ідентичності**

Більшість студентів (74) визнали, що їхня віртуальна ідентичність не завжди збігається з реальним образом. Вони описали онлайн-ідентичність як засіб для експериментів із ролями, які вони можуть не наважитися втілити в реальному житті. Наприклад:

- 42 використовують віртуальний простір для демонстрації професійних навичок або досягнень, які тільки починають формуватися.
- 32 зазначили, що створюють більш відкритий або товариський образ у соціальних мережах, ніж у реальному житті.

## **Зворотний зв'язок і вплив на ідентичність**

Питання стосовно впливу реакцій аудиторії на самопрезентацію показали, що:

- **68 респондентів** орієнтуються на кількість лайків, коментарів чи репостів як на індикатор успішності свого онлайн-образу.
- 45 визнали, що негативні коментарі або відсутність реакцій змушують їх переглядати, як вони себе представляють у віртуальному просторі.
- 23 відчують психологічний тиск через необхідність постійно підтримувати цікавий чи ідеалізований образ.

## **Баланс між реальним і віртуальним "я"**

Опитування також виявило, що 61 студентів намагаються інтегрувати риси своєї реальної особистості у віртуальний образ. Проте 41 вважають за краще залишати значну частину своєї реальної ідентичності прихованою, створюючи більш вигідний або захищений віртуальний образ.

## **Гендерні аспекти самопрезентації**

Цікавим виявився гендерний розподіл стратегій самопрезентації:

- Жінки частіше вказували на використання естетичних образів (45 порівняно з 20 серед чоловіків).
- Чоловіки більше акцентували на демонстрації досягнень або професійних навичок (40 проти 25 серед жінок).

Аналіз свідчить, що студенти активно використовують цифрові платформи як для формування власної ідентичності, так і для самопрезентації у різних соціальних і професійних контекстах. Віртуальний простір став ключовим інструментом, що дозволяє адаптувати свою ідентичність до вимог аудиторії, водночас створюючи можливості для творчих експериментів. Проте необхідність

постійно відповідати очікуванням інших може створювати психологічний тиск, що впливає на загальне сприйняття себе.

## **Роль цифрових технологій у побудові мережі контактів**

Опитування показало, що **83 студентів** активно використовують соціальні мережі для встановлення професійних зв'язків. З них **65** віддають перевагу платформам, орієнтованим на професійний розвиток, таким як LinkedIn, тоді як **18** використовують соціальні мережі загального характеру, наприклад Instagram або Facebook, для нетворкінгу. Студенти зазначили, що онлайн-комунікація дозволяє їм:

- швидше знаходити контакти, корисні для їхньої майбутньої кар'єри;
- отримувати доступ до інформації про професійні можливості, стажування та вакансії;
- підтримувати зв'язок із колегами, викладачами та експертами у своїй галузі.

## **Ефективність інструментів нетворкінгу**

Серед респондентів, **72** визнали, що використання соціальних мереж значно підвищило їхню впевненість у професійній комунікації. Цікаво, що **40** студентів зазначили, що вперше отримали професійний досвід або запрошення на співбесіду саме завдяки онлайн-зв'язкам. Особливу роль відіграли функції, такі як:

- участь у тематичних онлайн-групах та форумах;
- коментування та обговорення професійних статей;
- участь у вебінарах та інших віртуальних заходах.

## **Гендерні особливості нетворкінгу**

Серед опитаних чоловіків **52** частіше зазначали, що будують зв'язки через обмін технічними або спеціалізованими знаннями. Жінки ж більше акцентували

увагу на створенні підтримуючих професійних спільнот та пошуку менторів (**47 жінок проти 30 чоловіків**).

### **Виклики онлайн-нетворкінгу**

Хоча більшість студентів позитивно оцінили роль цифрових платформ у розширенні мережі контактів, **38** респондентів визнали, що стикаються зі складнощами, такими як:

- недостатній рівень комунікативних навичок для професійного нетворкінгу;
- труднощі у встановленні довіри через онлайн-формат;
- ризик потрапити до сумнівних спільнот або стати жертвою шахрайства.

### **Перспективи розвитку**

Цікаво, що **54** студентів зазначили, що хотіли б отримати додаткові знання або пройти навчання з основ ефективного нетворкінгу. Вони бачать у цьому спосіб підвищити свою конкурентоспроможність на ринку праці та знайти нові можливості для професійного зростання.

Нетворкінг у цифровому середовищі став одним із ключових інструментів професійного розвитку для сучасних студентів. Соціальні мережі та інші онлайн-платформи дозволяють не лише створювати нові зв'язки, а й розвивати комунікативні навички, знаходити менторів і будувати професійну репутацію. Проте для максимального використання цих можливостей необхідно працювати над усуненням існуючих викликів, таких як недостатня довіра чи відсутність досвіду в професійній комунікації.

### **Рівень цифрової грамотності серед студентів**

Опитування виявило, що більшість студентів мають достатній рівень цифрової грамотності. **78** респондентів зазначили, що комфортно використовують основні цифрові інструменти для навчання, роботи та

повсякденного життя. **55** мають навички роботи з базовими програмами та інструментами (офісні програми, пошук інформації, спілкування через месенджери та соціальні мережі). **23** студентів відзначили високий рівень цифрових компетенцій, включаючи навички програмування, роботи з графічними редакторами та базами даних.

### **Використання цифрових технологій для навчання**

Цікаво, що **85 респондентів** активно використовують онлайн-ресурси, такі як курси, відеоуроки та вебінари, для самостійного навчання. Студенти зазначили, що найбільше переваг вони отримують від:

- доступу до актуальних знань та матеріалів;
- можливості навчатися в будь-який час та в будь-якому місці;
- інтерактивності навчальних платформ.

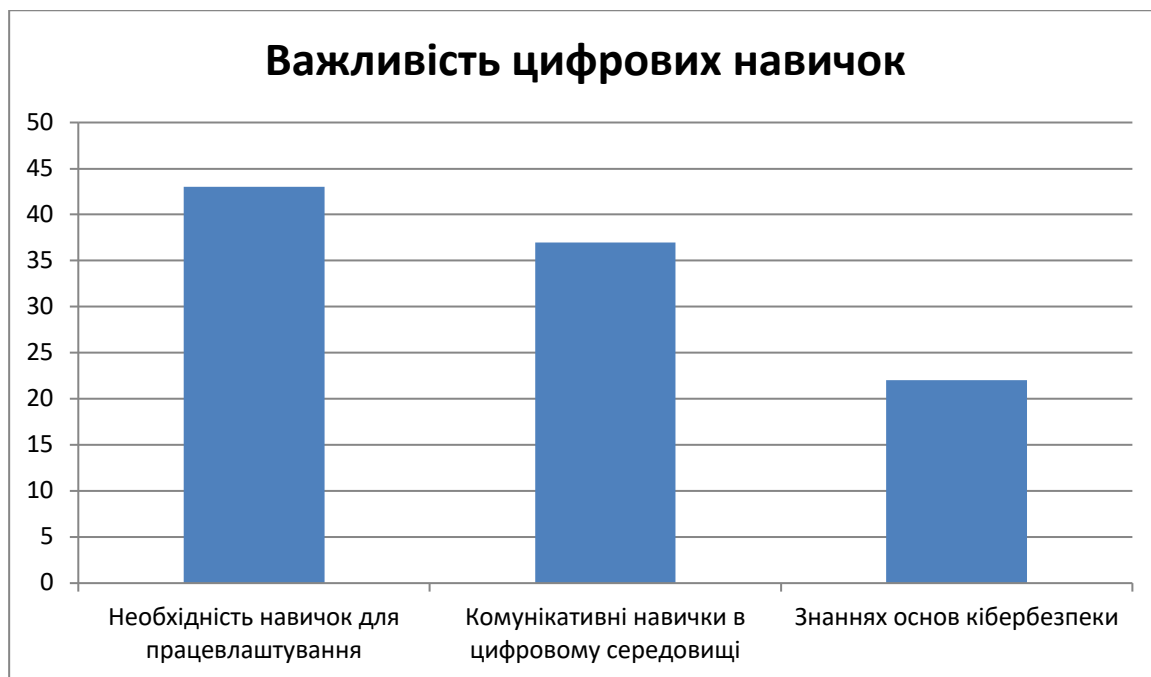
Проте **32** респондентів визнали, що стикаються з труднощами через недостатнє технічне забезпечення або складність освоєння нових інструментів.

### **Підготовка до майбутнього ринку праці**

**Усі студенти** відзначили, що цифрові навички є ключовими для їхнього професійного майбутнього. Серед них:

- **43** розглядають вміння роботи з даними як необхідну навичку для працевлаштування;
- **37** вважають важливими комунікативні навички в цифровому середовищі;
- **22** відзначили потребу в знаннях основ кібербезпеки.

Студенти також висловили зацікавленість у навчальних програмах, які інтегрують цифрові компетенції з їхньою спеціальністю.



## Перспективи цифровізації у професіях

Опитування показало, що **71 респондентів** очікують значного зростання ролі цифрових технологій у своїй майбутній професії. Наприклад:

- **45** вважають, що автоматизація та використання штучного інтелекту вплинуть на структуру робочих місць;
- **26** студентів зазначили, що важливо опанувати цифрові технології вже під час навчання, щоб відповідати вимогам роботодавців.

## Цифровий розрив і необхідність адаптації

Хоча більшість студентів мають позитивне ставлення до цифровізації, **26** висловили занепокоєння щодо швидкого розвитку технологій, який може призвести до відставання у кваліфікації. Вони зазначили, що відсутність регулярних тренінгів або доступу до сучасних ресурсів може стати перешкодою для їхньої конкурентоспроможності на ринку праці.

Результати опитування демонструють, що студенти Харківських університетів виявляють високий рівень адаптивності до цифрових змін та

усвідомлюють важливість цифрових технологій для свого майбутнього. Проте існує потреба в удосконаленні освітніх програм та створенні додаткових можливостей для підвищення кваліфікації, щоб забезпечити конкурентоспроможність студентів у швидко змінюваному цифровому світі.

### **Вплив соціальних мереж на емоційний стан**

Опитування показало, що **65 респондентів** відчувають змішані емоції під час користування соціальними мережами. З них:

- **30** заявили, що соцмережі інколи викликають у них почуття заздрощів або невпевненості у собі через порівняння з іншими.
- **35** відзначили, що перегляд контенту друзів і знайомих сприяє виникненню бажання досягати поставлених цілей.

Проте **37 студентів** зізналися, що постійний доступ до цифрового контенту викликає перевтому та зниження мотивації, що відображає важливість психологічного балансу.

### **Відчуття підтримки і зв'язку**

Соціальні мережі створюють відчуття взаємопов'язаності серед студентів. **82 опитаних** вважають, що цифрове середовище допомагає їм залишатися на зв'язку з близькими, особливо під час дистанційного навчання. Крім того:

- **53** респондентів відзначили позитивний вплив на їхній психічний стан завдяки онлайн-підтримці друзів та спільнот.
- **29** студентів заявили, що отримують емоційну підтримку у спільнотах, присвячених їхнім інтересам або професійній діяльності.

### **Соціальне порівняння**

Відчуття соціального порівняння виявилось поширеним серед студентів:

- **48 респондентів** зізналися, що часто порівнюють себе з іншими в соцмережах.
- **35** заявили, що це впливає на їхню самооцінку як позитивно, так і негативно залежно від контексту.

Наприклад, успіхи інших можуть стимулювати до розвитку, але іноді викликають відчуття тривоги або неспроможності досягти подібного рівня.

### **Відчуття анонімності і вплив на поведінку**

**26 студентів** зазначили, що анонімність в інтернеті дозволяє їм висловлювати думки, які вони б не озвучили в реальному житті. З них:

- **18** вважають це позитивним фактором, оскільки це сприяє відкритості.
- **8** помітили, що іноколи анонімність сприяє проявам агресії або критики.

### **Емоційна залежність від цифрових технологій**

Залежність від смартфонів та соціальних мереж стала поширеним явищем:

- **49 респондентів** визнали, що почуваються незатишно без доступу до інтернету протягом тривалого часу.
- **31** зазначили, що намагаються свідомо обмежувати час, проведений онлайн, але не завжди це вдається.

Результати опитування демонструють, що цифрове середовище значно впливає на емоційний стан студентів. Воно може бути як джерелом натхнення та підтримки, так і причиною стресу чи невпевненості. Це підкреслює необхідність підвищення обізнаності про баланс між онлайн-активністю та психологічним благополуччям. Студенти потребують інструментів для ефективного управління своїм часом в інтернеті, а також платформ, які сприятимуть розвитку позитивного мислення та самооцінки.

## Використання цифрових технологій

Більшість респондентів активно використовують цифрові платформи як для навчання, так і для повсякденного життя. **82 студентів** відзначили, що цифрові технології є важливою частиною їхньої освіти.

Позитивним аспектом є те, що:

- **60** використовують цифрові інструменти для самонавчання.
- Лише **22** заявили про складнощі в адаптації до нових платформ.

Ці дані демонструють високий рівень цифрової грамотності серед молоді, що є базою для їхнього професійного розвитку.

## Професійні інтереси та пріоритети

Цифровізація значно впливає на кар'єрні орієнтири студентів:

- **62 опитаних** відзначили зацікавленість у професіях, пов'язаних з ІТ або цифровим маркетингом.
- **40** планують розвивати свої навички у сфері аналітики даних, програмування чи UI/UX дизайну.

Професійні інтереси більшості учасників тісно пов'язані з можливостями, які надають цифрові технології, що підтверджує їхню роль у формуванні кар'єрних установок.

## Самопрезентація та ідентичність

**77 студентів** активно використовують соціальні мережі для створення певного образу:

- **44** свідомо працюють над своїм особистим брендом.

- **33** створюють профілі, які відображають виключно позитивні аспекти їхнього життя, залишаючи негативні події "за кадром".

Це свідчить про тенденцію до ідеалізації свого образу, що впливає на психологічне сприйняття як себе, так і інших.

### **Нетворкінг і розвиток**

Нетворкінг став одним із ключових аспектів у використанні цифрових платформ. **59 опитаних** активно використовують LinkedIn або подібні платформи для встановлення професійних контактів. Близько **28 студентів** беруть участь у тематичних вебінарах чи конференціях. Водночас:

- Лише **12** знаходять менторів або наставників через інтернет, що може бути потенційною зоною для розвитку.

### **Психологічні аспекти**

Питання психологічного впливу виявили неоднозначні результати:

- **65** респондентів вважають, що соціальні мережі впливають на їхній емоційний стан.
- **35** відзначають позитивний ефект завдяки підтримці онлайн-друзів.
- Проте **41** відчувають невпевненість або тривогу через порівняння себе з іншими.

Це підкреслює необхідність підвищення обізнаності про психологічні наслідки надмірного використання соцмереж.

### **Цифрова грамотність і майбутнє**

Більшість студентів демонструють високий рівень цифрової грамотності:

- **76** відзначають, що можуть легко адаптуватися до нових платформ і технологій.
- **57** висловили впевненість, що цифрові технології стануть ключовими у їхній професійній діяльності.

Проте, лише **23** планують проходити формальне навчання для підвищення своєї цифрової компетенції, що свідчить про недостатню увагу до цього аспекту.

### *Висновки до розділу 3*

Опитування охопило 102 студенти трьох провідних харківських університетів: Каразінського, Сковороди та ХПІ. Метою було вивчення ставлення студентів до цифрових технологій, їх впливу на ідентичність, самопрезентацію, професійний розвиток, а також психологічні аспекти, що виникають внаслідок їхнього використання.

Підсумовуючи результати опитування студентів, можна зробити кілька ключових висновків щодо впливу цифрових технологій на формування ідентичності та професійний розвиток. По-перше, значна частина студентів (більше 80) активно використовує цифрові інструменти для навчання та самонавчання, що свідчить про високий рівень цифрової грамотності та відкритість до нових технологій. Цей показник підкреслює важливість цифрових платформ у сучасній освіті та вказує на їхню вирішальну роль у професійному розвитку молоді.

Друге важливе спостереження полягає в тому, що більшість студентів орієнтовані на кар'єру в ІТ-сфері чи суміжних напрямках, таких як цифровий маркетинг або аналітика даних. Це вказує на те, що цифровізація стала визначальним фактором у формуванні професійних інтересів. Студенти, які мають досвід роботи з цифровими технологіями, схильні шукати кар'єрні можливості саме в цій сфері, що відкриває нові перспективи для розвитку та адаптації до змін на ринку праці.

Щодо самопрезентації та ідентичності, результати опитування вказують на популярність створення та підтримки певного образу в онлайн-середовищі, де більшість студентів активно працюють над своїм "я" у соціальних мережах. Більше половини респондентів зазначили, що свідомо фільтрують свою інформацію, що дозволяє їм створювати ідеалізовані версії себе, інколи навіть суперечливі до реального життя. Це є свідченням того, що соціальні медіа мають значний вплив на формування сприйняття себе та інших.

Не менш важливою є роль цифрових платформ у розвитку професійних мереж. Більшість студентів активно використовують професійні платформи для встановлення контактів, проте лише невелика частина активно шукає менторів або наставників в онлайні. Це може свідчити про потенціал для розвитку та підвищення ефективності мережевого нетворкінгу через інтернет.

З психологічної точки зору результати показали змішані почуття щодо використання соціальних мереж, де значна частина студентів визнає вплив соціальних платформ на емоційний стан, що може бути як позитивним, так і негативним. Це відображає необхідність обережності у використанні цифрових технологій для збереження психічного здоров'я та розвитку здорових практик онлайн-активності.

Насамкінець, опитування продемонструвало, що хоча більшість студентів мають високу цифрову грамотність, лише незначна частина активно прагне розвивати свої цифрові навички через формальні курси чи тренінги, що може бути потенційним напрямом для покращення навчальних програм у вищих навчальних закладах.

Загалом, результати опитування вказують на те, що студенти активно використовують цифрові технології для розвитку кар'єрних орієнтирів та самопрезентації, але водночас мають певні психологічні виклики, які потребують уваги та підтримки в освітньому і соціальному контекстах.

Опитування виявило, що студенти активно використовують цифрові технології для навчання, професійного розвитку та самопрезентації. Однак, одночасно цифрове середовище викликає психологічні виклики, такі як залежність, тривожність та ідеалізація образів. Ці фактори потребують уваги, особливо в контексті формування здорового цифрового суспільства.

## Висновки

Дослідження формування ідентичності в умовах цифрового суспільства охопило теоретичні, психологічні та емпіричні аспекти цього процесу. У першому розділі було розкрито концептуальні підходи до визначення ідентичності та її трансформації під впливом цифрових технологій. Аналіз показав, що цифрове середовище змінює традиційні уявлення про ідентичність, зумовлюючи її динамічність, гнучкість та багатогранність. Віртуальна ідентичність, яка виникає в результаті взаємодії особистості з цифровим середовищем, дозволяє створювати альтернативні "я", формуючи нові соціальні ролі та поведінкові моделі.

Другий розділ акцентував увагу на психологічних механізмах, що впливають на формування ідентичності в інтернет-просторі. Було виявлено, що такі фактори, як соціальне порівняння, віртуальна самопрезентація, взаємодія з рольовими моделями та анонімність, суттєво впливають на сприйняття особистості себе та інших. Взаємодія реальної і віртуальної ідентичностей не лише створює нові можливості для самовираження, але й іноді спричиняє психологічну напругу через невідповідність між ідеалізованим "я" і реальністю.

Третій розділ роботи представив емпіричний аналіз, заснований на опитуванні студентів 18-25 років із Харківських університетів. Результати показали, що цифрове середовище має значний вплив на формування професійних орієнтирів, розвиток особистого бренду та самореалізацію молоді. Опитування виявило, що більшість студентів активно використовують соціальні мережі як інструмент нетворкінгу та професійного розвитку. При цьому важливими факторами залишаються цифрова грамотність, здатність критично оцінювати контент та інтегрувати онлайн-досвід у реальне життя. Було проведено емпіричне дослідження, яке підтвердило актуальність впливу цифрових технологій на формування ідентичності студентів. Аналіз опитування показав, що молодь активно використовує цифрові платформи для розвитку своїх професійних навичок, соціалізації та створення особистого бренду. Значна

частина респондентів (понад 80) визнали важливість соціальних мереж для пошуку кар'єрних можливостей, комунікації з професіоналами та формування професійних орієнтирів.

Особливу увагу варто звернути на використання інструментів цифрового самовираження, таких як публікація контенту, участь у тематичних онлайн-групах та розвиток особистих профілів у професійних соціальних мережах. Опитування також виявило, що студентам властиво створювати ідеалізовані версії себе в мережі, що інколи призводить до дисонансу між реальним і віртуальним образом. Разом із тим, цей процес стимулює молодь до самовдосконалення, навчання та експериментів із новими ролями.

Нетворкінг був визначений як один із ключових аспектів цифрової взаємодії: 70 студентів наголосили на його важливості для кар'єрного розвитку, а близько 50 активно використовують платформи для розширення своїх професійних контактів. Це підтверджує, що цифрове середовище стало основою для створення нових форм соціальних і професійних зв'язків.

Цифрова грамотність також виявилась важливим фактором, що впливає на здатність ефективно використовувати цифрові ресурси. Більшість опитаних мають середній або високий рівень володіння цифровими технологіями, що дає їм змогу інтегрувати цифровий досвід у реальне життя. Однак, 15 студентів зазначили, що потребують додаткових навичок для кращого орієнтування у професійному цифровому середовищі.

У підсумку, третій розділ підтвердив значення цифрового суспільства як простору для професійного і особистісного розвитку. Він показав, що, хоча цифрові технології несуть певні ризики, вони також відкривають нові можливості для самореалізації, соціальної інтеграції та створення багатовимірної ідентичності.

Узагальнюючи результати, можна зробити висновок, що цифрове суспільство створює нові умови для формування ідентичності, збагачуючи її новими сенсами та інструментами. Однак ці процеси вимагають розуміння ризиків, таких як надмірне порівняння, залежність від соціального схвалення та можливе розмивання меж між реальним і віртуальним. Робота підтвердила важливість підтримки балансу між віртуальною ідентичністю та реальним "я", що дозволяє адаптуватися до нових соціальних умов, зберігаючи психологічне благополуччя та особисту автентичність.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Барретт, Л. Ф., & Рассел, Дж. А. (2014). Емоції і цифрове середовище: динаміка взаємодії. Harvard Press.
2. Бойд, Д. (2014). Це складно: соціальне життя мережевих підлітків. Видавництво Єльського університету.
3. Букінгем, Д. (2008). Молодь, ідентичність та цифрові медіа.
4. Василенко, О. І. (2021). Соціальні мережі як фактор професійного розвитку.
5. Воронін, В. О. (2020). Цифрова комунікація як феномен сучасного суспільства.
6. Гладуелл, М. (2010). Переломний момент. Як незначні зміни призводять до глобальних змін. Альпіна Паблішерз.
7. Горошко, О. І. (2009). Інформаційно-комунікативне суспільство у гендерному вимірі: Монографія. Х.: ФЛП Либуркіна Л. М.
8. Заброцький, М. М. (2009). Основи вікової психології: навч. посібник. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан.
9. Іванов, В. Ф. (2010). Структура і зміст соціології масової комунікації. К.: «Грамота».
10. Кастельс, М. (2010). Розквіт мережевого суспільства: інформаційна ера: економіка, суспільство та культура.
11. Крисюк, Г. Я. (2009). Психологічні особливості соціалізації студентської молоді. Проблеми загальної та педагогічної психології.
12. Лапікова, Т. О. (2019). Роль соціальних мереж у формуванні особистості підлітків.
13. Лівінгстон, С. (2009). Діти та Інтернет: великі надії, складні реалії.
14. Манойленко, О. П. (2021). Віртуальна реальність та соціальна ідентичність.
15. Нікіфорова, І. Г. (2018). Гендерні аспекти цифрового суспільства: Монографія.
16. Теркл, С. (2011). Разом наодинці: чому ми очікуємо більше від технологій і менше один від одного.

17. Шапошникова, І. В. (2012). Дослідження впливу телебачення на формування цінностей сучасної студентської молоді.
18. Шелест, О. В. (2010). Вплив ЗМІ на виховання дітей та молоді. Науковий вісник Волинського національного університету.
19. Філіпова, Л. Я. (2010). Інформаційно-комунікативні прояви ресурсного потенціалу Інтернету. Бібліотекознавство.
20. Bauman, Z. (2013). *Liquid Modernity: Identity and the Challenges of the Digital Age*.
21. Boyd, D. (2019). *Social Media: A Critical Introduction*. Polity Press.
22. Boyd, D. (2017). *Social Media and Its Role in Contemporary Identity*.
23. Buckingham, D. (2021). *Digital Media: Transformations in Communication and Identity*.
24. Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press.
25. Ellis, C. (2015). *The Self and the Society: Communication Theories in Practice*.
26. Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.
27. Hargittai, E. (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation".
28. Hogan, B. (2010). *The Presentation of Self in the Age of Social Media: Digital Reflections on Goffman's Work*.
29. Jenkins, H. (2018). *From Gutenberg to Zuckerberg: Technology and Society*.
30. Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
31. Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era*. Polity Press.
32. Livingstone, S. (2020). *Data and Children: A New Frontier of Identity Formation*.
33. Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*.
34. Rheingold, H. (2012). *Liquid Modernity* Press.

35. Robinson, L. (2020). *Online and Mixed-Mode Communities: Identifying Social Norms*. Cambridge University Press.
36. Schlegelmilch, B. B., & Öberseder, M. (2019). *Global Marketing and Advertising in a Digital Society*. Springer.
37. Shapiro, M. (2017). *Technology and the Changing Role of Identity*. Routledge.
38. Turkle, S. (2017). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*.
39. Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Press.
40. Westerman, D., Bowman, N. D., & Lachlan, K. A. (2020). *Introduction to Computer-Mediated Communication: A Functional Approach*. Oxford University Press.

# Додаток

Новая форма ☆


Запитання **Відповіді** 102 Налаштування

102 відповіді [Переглянути в Таблицях](#)

Приймати відповіді

Усі відповіді **Запитання** **Окремий респондент**

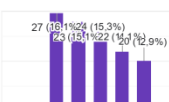
Яка ваша стать? 102 відповіді [Копіювати діаграму](#)



● Чоловіча  
● Жіноча

Стать	Кількість	Відсоток
Чоловіча	44	43.1%
Жіноча	58	56.9%

Скільки вам років? 102 відповіді [Копіювати діаграму](#)



Вік	Кількість	Відсоток
18-19	27	26.5%
20-21	23	22.6%
22-23	24	23.5%
24-25	20	19.6%
26-27	20	19.6%

Windows taskbar: -1°C Cloudy, Поиск, 19:24 28.11.2024